

# Code d'éthique Michelin

*Le Code d'éthique s'applique à tous les employés du Groupe sans exception, ainsi qu'aux personnes intervenant sur nos sites ou agissant au nom d'une entité du Groupe, partout dans le monde.*

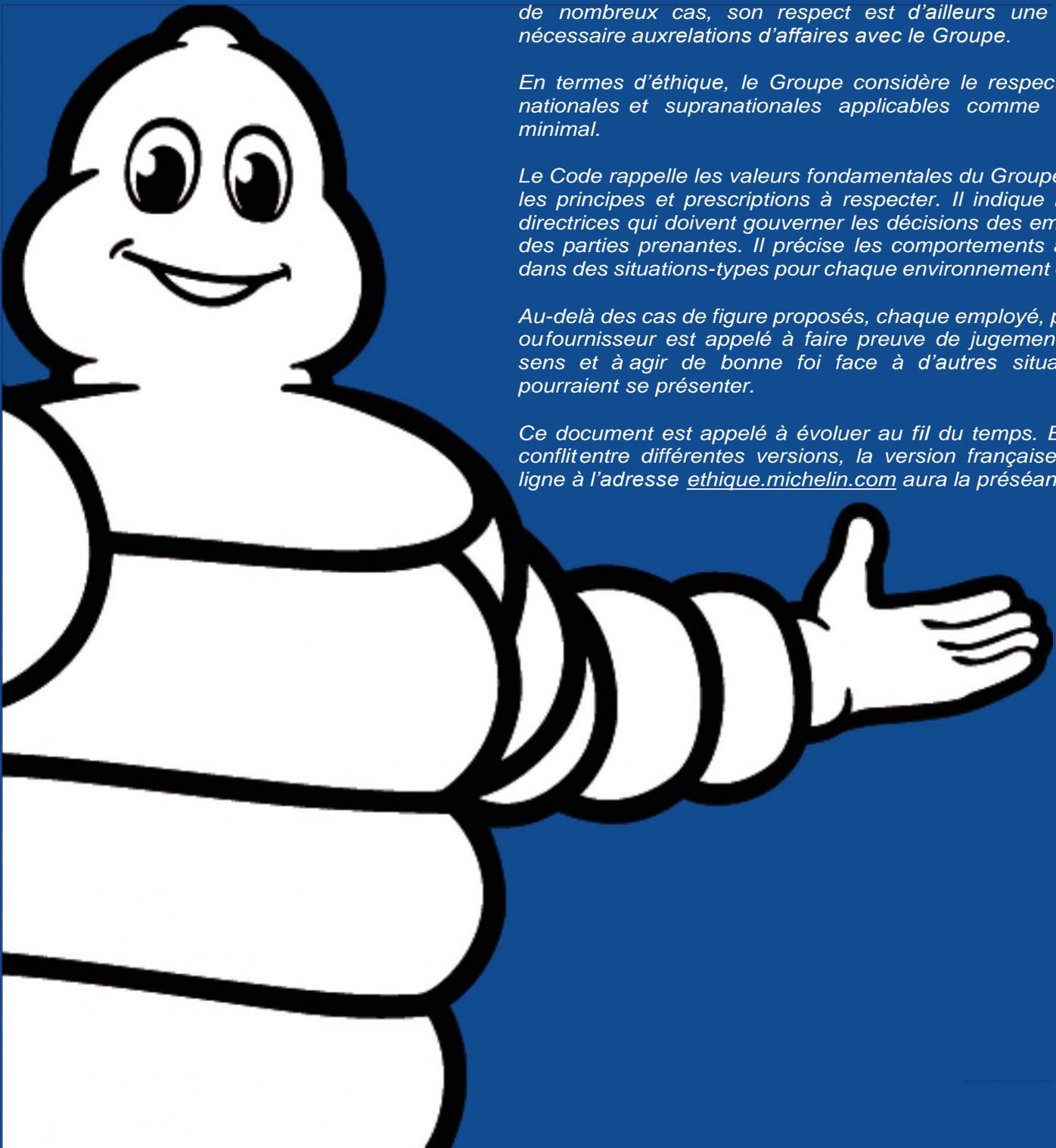
*Michelin encourage également ses clients, ses fournisseurs et ses autres partenaires à adhérer aux contenus de ce Code ; dans de nombreux cas, son respect est d'ailleurs une condition nécessaire aux relations d'affaires avec le Groupe.*

*En termes d'éthique, le Groupe considère le respect des lois nationales et supranationales applicables comme un socle minimal.*

*Le Code rappelle les valeurs fondamentales du Groupe et décrit les principes et prescriptions à respecter. Il indique les lignes directrices qui doivent gouverner les décisions des employés et des parties prenantes. Il précise les comportements à adopter dans des situations-types pour chaque environnement de travail.*

*Au-delà des cas de figure proposés, chaque employé, partenaire ou fournisseur est appelé à faire preuve de jugement, de bon sens et à agir de bonne foi face à d'autres situations qui pourraient se présenter.*

*Ce document est appelé à évoluer au fil du temps. En cas de conflit entre différentes versions, la version française mise en ligne à l'adresse [ethique.michelin.com](http://ethique.michelin.com) aura la préséance.*



# SOMMAIRE

<b>Le mot des gérants</b>	<b>3</b>
<b>Gouvernance Éthique et Organisation</b>	<b>5</b>
<b>Rôles et responsabilités</b>	<b>5</b>
<b>Mon rôle en tant que manager</b>	<b>6</b>
Information	6
Accompagnement	7
Protection des lanceurs d'alerte	7
<b>Mon rôle en tant qu'employé</b>	<b>7</b>
Je dois	7
J'ai un doute	8
Protection des lanceurs d'alerte	8
<b>Questionnements et signalements</b>	<b>9</b>
<b>Questionnements</b>	<b>9</b>
<b>Signalements</b>	<b>10</b>
Quand procéder à un signalement ?	10
Pourquoi signaler est nécessaire ?	11
Voies d'alerte et lien	11
Confidentialité & Protection des lanceurs d'alertes	11
<b>Agir avec éthique au quotidien</b>	<b>12</b>
<b>Ma vie dans l'entreprise</b>	<b>12</b>
Discrimination	12
Harcèlement	14
Santé et sécurité	19
Travail des enfants	21
Travail forcé	22
Sûreté - Protection des actifs	25
<b>Ma conduite des affaires</b>	<b>26</b>
Cadeaux et invitations	27
Commerce international et contrôle à l'exportation	29
Concurrence loyale	31
Éviter les conflits d'intérêts	33
Contributions caritatives et politiques	35
Prévenir les délits d'initié	36
Lutte contre la fraude	38

<i>Lutte contre la corruption</i>	41
<i>Protection de la Vie Privée et des Données personnelles</i>	44
<i>Relations Fournisseurs</i>	46
<i>Respect des lois et règlements</i>	46
<b>Ma communication avec l'extérieur</b>	<b>48</b>
<i>Réseaux sociaux</i>	48
<i>Organisations de la Société Civile (OSC)</i>	49
<i>Communautés locales</i>	51
<i>Sincérité des rapports financiers</i>	53
<b>Mon rapport à l'environnement</b>	<b>54</b>
<i>À mon poste</i>	55
<i>Aux abords de mon site</i>	57
<i>Mes déplacements</i>	58
<i>Sur mon site</i>	58

# Code d'éthique Michelin

## Agir avec éthique au quotidien

**Le Code d'éthique s'applique à tous les employés du Groupe sans exception, ainsi qu'aux personnes intervenant sur nos sites ou agissant au nom d'une entité du Groupe, partout dans le monde.**

Michelin encourage également ses clients, ses fournisseurs et ses autres partenaires à adhérer aux contenus de ce Code ; dans de nombreux cas, son respect est d'ailleurs une condition nécessaire aux relations d'affaires avec le Groupe.

En termes d'éthique, le Groupe considère le respect des lois nationales et supranationales applicables comme un socle minimal.

Le Code rappelle les valeurs fondamentales du Groupe et décrit les principes et prescriptions à respecter. Il indique les lignes directrices qui doivent gouverner les décisions des employés et des parties prenantes. Il précise les comportements à adopter dans des situations-types pour chaque environnement de travail.

Au-delà des cas de figure proposés, chaque employé, partenaire ou fournisseur est appelé à faire preuve de jugement, de bon sens et à agir de bonne foi face à d'autres situations qui pourraient se présenter.

Ce document est appelé à évoluer au fil du temps. En cas de conflit entre différentes versions, la version française mise en ligne à l'adresse [ethique.michelin.com](http://ethique.michelin.com) aura la préséance.



## Le mot des gérants

### Notre Groupe est uni par ses valeurs

Michelin a besoin de chacune et chacun de nous pour relever les défis posés par notre environnement, nos clients et nos marchés. Construire ensemble le Michelin de demain, c'est d'abord se réunir autour des valeurs de notre Groupe et s'engager collectivement pour sa réussite.

Cet engagement doit s'opérer de façon éthique partout et tout le temps, afin de protéger la pérennité de Michelin. Cette responsabilité doit être assumée par chacune et chacun au sein de notre Groupe. Notre stratégie, nos comportements et notre pratique des affaires doivent incarner cela.

## C'est pourquoi Michelin s'engage à

- encadrer la pratique des affaires à travers la création et la diffusion de documents structurants, comme le Code d'éthique et le Code de conduite anti-corruption. Le non-respect des règles et lignes directrices édictées par le Groupe peut engager la responsabilité des employés et les exposer à des sanctions disciplinaires ;
- faire respecter les droits de l'Homme dans toutes ses activités, et partout où il les conduit ;
- mettre en œuvre des politiques visant à réduire les risques liés à l'empreinte environnementale des activités, produits et services.

## Un Code d'éthique pour adopter l'attitude appropriée

Ce Code vise à aider nos employés et nos partenaires à adopter une conduite appropriée par rapport à certaines situations à risques pour eux-mêmes ou pour Michelin.

### Ce Code

- rappelle nos valeurs et nos principes d'action fondamentaux;
- indique à nos employés comment réagir face aux situations les plus fréquemment rencontrées;
- exprime clairement les comportements à adopter en adéquation avec nos valeurs et procédures (section « Je dois / Je ne dois pas »);
- traite également les situations plus complexes et explique la ligne de conduite à tenir (section « Cas pratiques »);
- fournit une liste d'experts à consulter en cas de doutes (section « Qui contacter »);
- propose une liste de documents supplémentaires à consulter (Section « Supports »).

## Chaque employé est l'ambassadeur des valeurs de Michelin

À l'instar de la sécurité, l'éthique est l'affaire de tous.

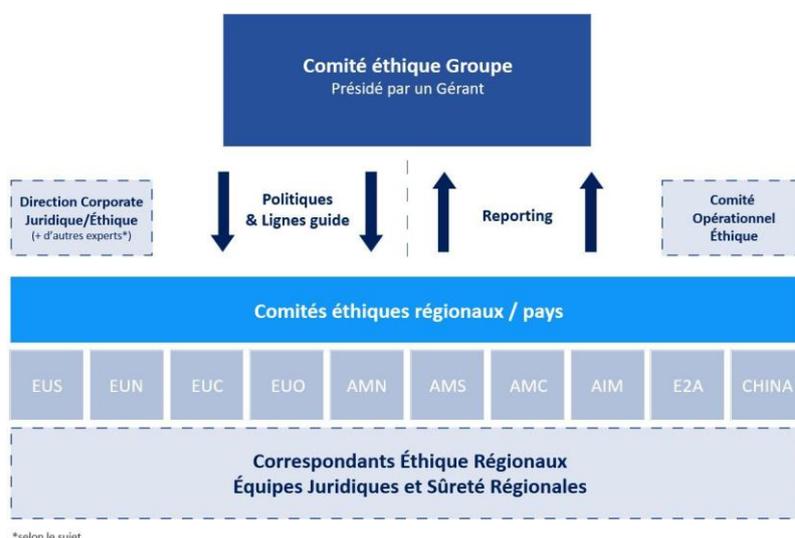
L'adoption et le respect de ce Code reposent sur l'engagement de chaque employé, sans distinction liée à son titre ou à sa fonction. Nos conduites individuelles et collectives doivent être conformes aux valeurs du Groupe. Nous sommes tous garants des valeurs, de la réputation, de l'image et du patrimoine que le groupe Michelin construit et renforce au fil du temps, pour assurer la protection de ses employés et sa pérennité.

Chaque employé doit prendre le temps de lire ce document attentivement et doit s'appliquer à mettre en œuvre ses préconisations au quotidien.

**Florent MENEGAUX**  
Président du Groupe

**Yves CHAPOT**  
Gérant et Directeur Administratif et Financier

# Gouvernance Éthique et Organisation



## Missions du Comité Éthique Groupe

- Promouvoir une culture éthique
- Garantir l'engagement du Groupe en matière d'éthique
- Piloter la stratégie éthique
- Garantir la cohérence des actions des Régions
- Valider le programme éthique du Groupe, les politiques clés qui en découlent, et les actions à mener pour assurer le progrès continu

## Rôles et responsabilités



Tout employé Michelin, quel que soit son pays de résidence, doit respecter personnellement les principes et prescriptions de ce Code. Ainsi, chaque collaborateur est partie prenante de la performance du Groupe et ambassadeur de ses valeurs.

Le Groupe encourage également chaque employé à partager et diffuser ces contenus auprès de ses interlocuteurs professionnels, dans un esprit de respect et de dialogue, afin de contribuer activement au bien-être de chacun au travail et à notre performance collective.

Les scénarios abordés dans ce Code ne peuvent être exhaustifs. Ainsi, chaque collaborateur est appelé à faire preuve de jugement et de bon sens face aux différentes situations qui peuvent survenir, selon les valeurs et principes d'action rappelés ici. Si les informations contenues dans ce Code ne sont pas suffisantes pour guider votre jugement, nous vous invitons à contacter votre manager ou un représentant de la fonction juridique. Vos questions sont les bienvenues.



## CONSEQUENCES DU NON-RESPECT DE CE CODE

Le non-respect des principes et prescriptions définis dans ce Code pourrait exposer un employé à des sanctions disciplinaires pouvant aller jusqu'au licenciement et à des poursuites judiciaires civiles ou pénales. Il incombe en conséquence à chaque employé de lire, s'appropriier et respecter l'ensemble des principes et prescriptions de ce Code.

En cas de conflit entre ce Code et le droit applicable ou une autre politique applicable du Groupe ou d'une entité du Groupe, la règle la plus stricte prévaudra. Il est de la responsabilité de chaque employé, en collaboration avec de la fonction Juridique, de bien comprendre la portée de telles exceptions.

## Mon rôle en tant que manager



En tant que manager, non seulement vous contribuez à la performance du Groupe, mais vous veillez également au bien-être de votre équipe.

Vous inspirez vos collaborateurs par l'exemplarité de votre comportement, et créez la confiance nécessaire pour favoriser leurs questionnements : vous faites régulièrement savoir aux membres de votre équipe que vous êtes à leur écoute, en rappelant qu'aucune mesure de représailles n'est tolérée à l'encontre d'un employé qui, de bonne foi, aurait signalé une possible violation du Code.

### *À l'égard des personnes sous ma responsabilité*

## Information

- Je m'assure **qu'elles connaissent et respectent les valeurs, principes et prescriptions définis par le groupe Michelin**, y compris **ce Code**.
- J'attire plus particulièrement leur attention sur **le contenu** de ce Code **le plus pertinent par rapport à leur activité**.
- **Je montre l'exemple**, en n'hésitant pas le cas échéant à partager mes questionnements, ou à signaler des conduites inappropriées.

## Accompagnement

- Responsabilisation : lorsqu'un collaborateur me fait part d'une préoccupation éthique, je lui demande au préalable s'il a utilisé la **procédure de questionnement du Code**. À défaut, je le fais avec lui.
- Je m'assure qu'**elles respectent les lois et réglementations applicables**.
- En cas de doute persistant sur une situation, je m'assure que **les experts référencés dans ce Code** (dans la partie « Qui contacter » en bas de chaque page) **sont bien contactés** pour fournir une réponse.
- **Je veille à ce que personne ne fasse l'objet de mesures de représailles** de quelque forme que ce soit à l'issue du signalement de bonne foi d'une situation inappropriée ou d'un questionnement.
- **Je m'assure que toutes les préoccupations ou alertes d'ordre éthique soulevées ont bien été transmises à la [Ligne éthique](#)**, pour qu'elles puissent être enregistrées et traitées avec rapidité et efficacité.

## Protection des lanceurs d'alerte

Le recours à la [Ligne éthique](#) permet de procéder à un signalement de façon anonyme, confidentielle et sécurisée.

**Même si vous n'êtes pas certain/certaine que la situation mérite un signalement, saisir la Ligne éthique permettra de vous informer sur la nature de cette situation et de permettre qu'elle soit traitée correctement.**

Quel que soit le dispositif de signalement utilisé, **nul ne sera autorisé à prendre des mesures de représailles contre toute personne qui, de bonne foi, aurait procédé au signalement** d'une possible violation de ce Code, de la loi, ou des principes et prescriptions Michelin.

Toute personne qui pense faire l'objet de représailles doit le signaler selon cette même procédure.

Plus d'informations : [Ligne éthique Groupe Michelin](#).

## Mon rôle en tant qu'employé



Par sa conduite, chaque employé est ambassadeur du Groupe et de ses valeurs. Le respect de ce Code est donc nécessaire tant pour le bien-être individuel et collectif dans l'entreprise au quotidien, que pour la réputation de Michelin.

En cas de doute sur la conduite à tenir, chaque employé est appelé à se référer au contenu de ce Code.

## Je dois

- **Respecter les lois et règlements applicables.**
- **Respecter les valeurs, principes et prescriptions définis par le groupe Michelin.**

- **Partager mes questionnements ou procéder à un [signalement](#) / une alerte** si je suis confronté à une situation professionnelle qui ne semble pas respecter les valeurs Michelin, les lois et réglementations applicables, ou ce Code, pour moi-même ou un de mes collègues. *Plusieurs **voies d'alerte internes** sont à ma disposition : la [Ligne éthique](#), le Service du Personnel, le Service Sécurité, la fonction Juridique, mon /ma manager ou un (une) autre manager, la médecine du travail, ou le/la Correspondant(e) Éthique Régional(e).*
- **Connaître et comprendre** les sujets abordés dans ce Code, les recommandations et les comportements à adopter, lorsqu'ils sont en lien avec mon activité professionnelle.
- **Partager et diffuser** son contenu, dans un esprit de respect et de dialogue, afin de contribuer activement au bien-être au travail et à la performance du Groupe.
- **Faire preuve de jugement et de bon sens** face aux diverses situations qui pourraient se présenter, selon les valeurs et principes d'actions rappelés dans ce Code.
- **Montrer l'exemple**, en n'hésitant pas le cas échéant à partager mes questionnements, ou à signaler des conduites inappropriées.

## J'ai un doute

- En cas de doute ou de question sur la conduite à tenir, ce Code indique le **comportement attendu dans un certain nombre de situations-types** (« Je dois / Je ne dois pas »).
- Ce Code reconnaît des **situations plus complexes, à travers des « Cas pratiques »**.
- Dans le cas où je ne trouve pas de réponse adaptée à ma situation, je dois consulter **les documents particuliers et les experts mentionnés** à la suite des cas pratiques.
- Pour me guider, je m'appuie sur les **tableaux proposés à la page [Questionnements](#)**.
- Je prends contact avec **mon/ma manager** ou avec **le représentant de la fonction juridique**.

## Protection des lanceurs d'alerte

Le recours à la [Ligne éthique](#) permet de procéder à un signalement de façon anonyme, confidentielle et sécurisée.

**Même si vous n'êtes pas certain/certaine que la situation mérite un signalement, saisir la Ligne éthique permettra de vous informer sur la nature de cette situation et de permettre qu'elle soit traitée correctement.**

Quel que soit le dispositif de signalement utilisé, **nul ne sera autorisé à prendre des mesures de représailles contre toute personne qui, de bonne foi, aurait procédé au signalement** d'une possible violation de ce Code, de la loi, ou des principes et prescriptions Michelin.

Toute personne qui pense faire l'objet de représailles doit le signaler selon cette même procédure.

Plus d'informations : [Ligne éthique Groupe Michelin](#).

# Questionnements et signalements



Le succès continu de Michelin dépend de la volonté de ses employés de mener leurs activités avec intégrité et en totale conformité avec les lois et réglementations, ainsi que les principes et prescriptions du Groupe.

Un comportement éthique et conforme qui reflète les valeurs de notre Groupe est important pour les employés, les clients, les actionnaires et le Groupe. Michelin compte sur vous pour assurer la protection de ses employés, ainsi que pour préserver la réputation et l'intégrité du Groupe, et le protéger des risques de dommages financiers et juridiques.

## Questionnements



Le respect des personnes est au cœur des valeurs de Michelin.

Le Groupe encourage le dialogue et la libre expression permettant à chacun d'exposer ses préoccupations. Michelin s'attache à favoriser l'épanouissement de tous, en exerçant ses activités en conformité avec les réglementations des pays dans lesquels il opère.

Les informations énoncées dans ce Code donneront aux employés les outils nécessaires pour prendre des décisions éthiques en respectant les principes et prescriptions du Groupe. Cependant, certaines réponses ne sont pas évidentes. Voici une liste de questions à se poser avant de prendre une décision.

***Si j'ai un doute quant au caractère éthique d'une situation / décision / action, je me pose les questions suivantes :***

Face à une décision à prendre				
	Je renonce à cette décision	J'en parle avec mon manager	Je consulte ce Code	Je continue mon questionnement
<b>Est-ce légal ?</b>				
Oui		•	•	•
Non	•			
<b>Expose-t-elle le Groupe à des risques de réputation ?</b>				
Oui		•	•	•
Non			•	•
<b>Suis-je prêt(e) à en assumer la responsabilité</b>				
Oui			•	•
Non	•			
<b>En parler ouvertement me pose-t-il un problème de conscience ?</b>				
Oui		•	•	•
Non			•	•
<b>Est-ce conforme au Code d'éthique ?</b>				
Oui				
Non	•			

Face à un fait accompli				
	Je fais un signalement	J'en parle avec mon manager	Je consulte ce Code	Je continue mon questionnement
<b>Est-ce légal ?</b>				
Oui		•	•	•
Non	•			
<b>Expose-t-elle le Groupe à des risques de réputation ?</b>				
Oui		•	•	•
Non				•
<b>En parler ouvertement me pose-t-il un problème de conscience ?</b>				
Oui		•	•	•
Non				•
<b>Est-ce conforme au Code d'éthique ?</b>				
Oui		•		
Non	•			

## Signalements

Ce Code contient des principes d'actions stricts sur lesquels le Groupe n'entend pas transiger concernant **Ma vie dans l'entreprise, Ma conduite des affaires et Ma communication avec l'extérieur.**

Point d'attention : considérant le caractère particulier de l'urgence environnementale, Michelin a choisi d'ajouter à ce Code une dimension supplémentaire intitulée « **Mon rapport à l'environnement** ». **Ces préconisations ont une vocation informative et incitative** : elles visent à aider chaque employé à améliorer son empreinte environnementale dans le cadre de ses activités professionnelles ; à ce jour, elles ne constituent pas de règles obligatoires (sauf s'il s'agit d'infractions aux dispositions d'une loi environnementales).

## Quand procéder à un signalement ?

Si des faits ou situations qui pourraient constituer une violation potentielle des lois et réglementations applicables, de ce Code ou des autres principes et prescriptions du Groupe sont portés à la connaissance d'un employé du Groupe, il devra les signaler, afin qu'ils puissent être investigués de sorte que des mesures appropriées soient prises pour traiter la situation et en prévenir la récurrence.

Chaque personne qui reçoit une alerte doit s'assurer que cette dernière est enregistrée dans la base de données de la [Ligne éthique](#), afin qu'elle soit investiguée et que des mesures appropriées soient prises pour traiter la situation et en prévenir la récurrence.

Voir : [Questionnements](#)

## Pourquoi signaler est nécessaire ?

La conduite des activités du Groupe avec intégrité et en totale conformité avec les lois et réglementations, ce Code, ainsi que les autres principes et prescriptions du Groupe, **est une condition essentielle du succès continu de Michelin.**

Un comportement éthique et conforme aux valeurs de notre Groupe est important pour les employés, les clients, les actionnaires et le Groupe. Michelin compte sur vous **pour assurer la protection des employés, ainsi que pour préserver la réputation et l'intégrité du Groupe, et le protéger des risques de dommages financiers et juridiques.**

Procéder à un signalement est également important afin d'informer des dilemmes auxquels nous sommes tous confrontés, dans un environnement de plus en plus complexe. C'est ainsi un **moyen pour nous tous d'apprendre et de progresser continuellement.**

La vigilance des employés et des partenaires du Groupe est l'un des leviers les plus importants de détection des violations de ce Code. Le Groupe compte sur la responsabilité de chacun pour s'assurer que les comportements individuels sont en conformité avec ses principes d'action.

## Voies d'alerte et lien

Pour signaler une potentielle violation des lois et réglementations applicables, de ce Code, ou des autres principes et prescriptions du Groupe, le Groupe a mis à disposition des employés et des tiers partout dans le monde, une [Ligne éthique](#) accessible par Internet ou par téléphone.

Ce dispositif d'alerte professionnelle est hébergé et géré par un prestataire externe. Il permet à toute personne - *employés, partenaires, clients, fournisseurs ou sous-traitants* - de signaler des violations d'une loi ou d'un règlement, de ce Code, ou toutes situations contraires aux principes ou prescriptions du Groupe.

### [Ligne éthique Groupe Michelin](#)

Outre la [Ligne éthique](#), plusieurs autres voies d'alerte internes sont à la disposition des employés : le **Service du Personnel**, le **Service Sûreté**, la **fonction juridique**, leur **manager** ou un (une) **autre manager**, la **médecine du travail**, ou le/la **Correspondant(e) Éthique Régional(e)**.

## Confidentialité & Protection des lanceurs d'alertes

Le recours à la [Ligne éthique](#) permet de procéder à un signalement de façon anonyme, confidentielle et sécurisée.

Quel que soit le dispositif de signalement utilisé, **nul ne sera autorisé à prendre des mesures de représailles contre toute personne qui, de bonne foi, aurait procédé au signalement d'une possible violation de ce Code, de la loi, ou des principes et prescriptions Michelin.**

Toute personne qui pense faire l'objet de représailles doit le signaler selon cette même procédure.

Plus d'informations : [Ligne éthique groupe Michelin](#).

# Agir avec éthique au quotidien



Partout dans le monde, Michelin attend de ses employés un comportement éthique respectueux des valeurs fondamentales portées par le Groupe.

Vous trouverez dans ces pages les valeurs et principes d'action auxquels référer votre conduite. Chaque thème présente également les bons comportements à adopter dans les différentes situations de travail que vous pourrez rencontrer.

## Ma vie dans l'entreprise



La volonté de Michelin est de contribuer sans cesse au développement et au bien-être de chacun dans l'exercice de ses responsabilités au sein du Groupe.

**La protection et le respect des employés** implique notamment les principes et prescriptions de vivre-ensemble suivantes, que chacun doit observer.

## Discrimination



Les diversités et l'inclusion dans l'entreprise constituent une richesse importante pour le Groupe. Michelin considère qu'un environnement de travail dans lequel chacun se sent respecté dans son authenticité renforce l'engagement et la performance collective. Le Groupe place au plus haut niveau de ses exigences la lutte contre toutes les formes de discrimination.

Michelin attend de ses employés qu'ils interagissent avec respect entre collègues et envers toutes les personnes avec lesquelles ils entretiennent des relations professionnelles (fournisseurs, clients, riverains des sites, candidats, etc.).

### Définitions et Contexte

**La discrimination** est le fait de traiter différemment une personne ou un groupe en le défavorisant ou en le favorisant sur la base de critères tels que l'identité de genre, l'âge, la religion, la culture, l'origine sociale, la nationalité, l'ethnie, le handicap, l'orientation sexuelle, l'appartenance syndicale, la situation familiale, l'opinion politique, l'apparence physique, etc. La discrimination va à l'encontre de l'égalité des personnes. L'Organisation internationale du Travail (OIT) estime que « la protection contre la discrimination est un droit de l'homme fondamental » ; elle fait notamment l'objet de plusieurs Conventions dont la Convention 111.

**La discrimination dans l'entreprise** peut se manifester lors du recrutement, une décision de promotion, de rémunération, de formation et d'accessibilité à des services ou prestations.

Elle se traduit aussi par des comportements, des propos ou des gestes fondés sur des stéréotypes qui peuvent dénigrer, délégitimer ou disqualifier une personne ou une catégorie de personnes. Elle est passible de sanctions civiles et pénales dans de nombreux pays.

## Valeurs et Principes d'action

Le Groupe se mobilise pour instaurer en son sein l'**égalité des chances**, quel que soit le statut de l'employé, lors du recrutement, des décisions de rémunération, des parcours de carrière, de l'accès à la formation, des conditions d'emploi.

Tout dirigeant, manager, employé, doit être traité avec le même niveau de **dignité** et de **respect** sans considération d'identité de genre, d'âge, de religion, de culture, d'origine sociale, de nationalité, d'ethnie, de handicap, d'orientation sexuelle, d'appartenance syndicale, de situation familiale, d'opinion politique, d'apparence physique, etc.

En plus des attentes exprimées à l'égard de ses employés, le Groupe demande également à ses clients et ses fournisseurs de lutter contre toute forme de discrimination et harcèlement envers leurs propres employés.

## Je dois

*(Responsables Direction Corporate du Personnel, Managers, Managers Diversités et inclusion)*

- Veiller à ce que les annonces d'emploi s'adressent à tous types de candidats sans mention de genre, d'âge, de culture, d'orientation sexuelle, de religion, de taille, etc.
- Informer les employés des recours possibles en cas de discrimination et les accompagner dans leurs démarches.
- Traiter sérieusement toute plainte éventuelle pour discrimination et respecter le droit de recours de chaque employé.
- Sanctionner les faits de discrimination s'ils sont avérés, dans le respect de lois et règlements applicables.
- Sensibiliser les managers et recruteurs à la question des stéréotypes dans les processus Personnel.
- Sensibiliser les managers aux situations induisant de la discrimination, à être particulièrement attentifs aux personnes vulnérables et à connaître la démarche à suivre en cas de constat ou de plainte.

## Je ne dois pas

- Tenir des propos en apparence anodins ou humoristiques, mais qui ont pour effet de dénigrer une personne par son origine, son sexe, son origine sociale, sa religion, son handicap, etc.
- Ignorer les plaintes pour discrimination ou harcèlement (*manager*).
- Prendre en considération les nom, prénom, adresse, âge, genre, situation de famille, photo, ou toute caractéristique personnelle sans lien avec les compétences du candidat pour fonder ma décision durant le processus de sélection (*recruteur*) ou de décisions liées à la carrière d'un employé (*manager*).
- Poser aux postulants des questions sur leur culture, religion, statut marital, intention d'avoir des enfants, orientation sexuelle, etc. au cours d'un entretien d'embauche (*recruteur*).
- Stipuler dans un contrat avec un salarié ou un prestataire des critères d'âge, de religion, de taille, de genre ou de culture pour des personnes qui travaillent directement ou indirectement chez Michelin.

## Cas pratique 1

*Votre manager fait constamment des blagues ou des allusions critiques envers la religion d'un de vos collègues. Le manager ne choisit jamais ce collègue pour des projets qui pourrait représenter une opportunité d'avancement, même si le travail de ce collègue est irréprochable, et il refuse sans raison ses demandes de congés ou de formation. Ce collaborateur fait le dos rond et ne réagit pas, mais il semble affecté par la situation. Que devez-vous faire ?*

Vous incitez votre collègue à exprimer à son manager que son attitude est blessante et discriminante, et vous proposez éventuellement de l'accompagner dans cette démarche. S'il ne souhaite pas faire cette démarche, ou si cette démarche ne fait pas changer positivement le comportement du manager, vous l'incitez à recourir à la [Ligne éthique](#) et à contacter son Partenaire de Développement de Proximité (PDP).

## Cas pratique 2

*Vous êtes Manager Diversités et Inclusion*

*Une collaboratrice vous sollicite pour un entretien. Elle n'a pas eu de promotion depuis cinq ans. En revanche, l'un de ses collègues dans un autre service a été promu au bout de deux ans. Elle estime être traitée différemment parce qu'elle est une femme. Que faut-il lui répondre ?*

Vous lui expliquez que le Groupe s'engage pour que les hommes et les femmes soient traités de manière égale. Les promotions sont toujours décidées en fonction de critères objectifs.

Vous saisissez néanmoins le Partenaire de Développement de Proximité (PDP) afin que la situation soit examinée en profondeur, et, le cas échéant, que les actions nécessaires en termes de gestion de carrière soient engagées.

## Harcèlement



**Le terme « harcèlement » désigne en entreprise un ensemble de comportements, de pratiques et de propos inacceptables, susceptibles de causer un dommage d'ordre physique ou psychologique à un individu.**

Le harcèlement est toujours inacceptable, qu'il soit motivé par des conceptions discriminatoires ou par d'autres motifs.

### Exemples des comportements inappropriés

**Exemples des comportements inappropriés qui pourraient constituer du harcèlement (principalement psychologique, mais aussi physique)**

- Offenser, humilier, insulter, dénigrer ou critiquer régulièrement quelqu'un
- Menacer, faire pression sur, intimider quelqu'un ou lui crier dessus
- Faire des plaisanteries ou des commentaires qui affectent une personne et la mettent mal à l'aise
- Mettre une pression déraisonnable sur quelqu'un et lui imposer des objectifs impossibles à réaliser.
- Pousser consciemment une personne à la faute

- Isoler physiquement ou socialement une personne du reste de l'équipe
- Ne pas prendre une personne en considération / l'exclure d'avantages ou de certaines décisions (choix des horaires d'équipe, des périodes de vacances, des promotions, des formations etc.) ou ne lui attribuer que les tâches que personne ne veut effectuer ou qui n'ont rien à voir avec ses fonctions.
- Retirer sans raison à quelqu'un ses responsabilités, son travail, ou le muter.
- Avoir des interactions physiques malvenues avec quelqu'un (taper sur l'épaule, faire une accolade, pousser quelqu'un, envahir son espace personnel etc.)

Les méthodes de management basées sur la pression et la peur qui s'exercent à large échelle dans une entreprise, par exemple dans le contexte d'un projet ou d'une réorganisation, peuvent être considérées de « harcèlement institutionnel ».

#### **Exemple de comportements inappropriés qui peuvent constituer du harcèlement sexuel :**

- Avoir des contacts physiques inappropriés ou excessifs (toucher une partie intime du corps, fixer ou s'approcher constamment d'une personne...)
- Faire des allusions sexuelles, des invitations ou des cadeaux non réciproques ou inconvenants (parfum, sous-vêtements...) physiquement, verbalement ou par tout moyen électronique.
- Faire des commentaires malvenus ou poser des questions inconvenantes sur l'apparence physique de quelqu'un.
- Faire dépendre une promotion ou un avantage de l'acceptation d'une invitation romantique ou d'avances sexuelles (constitue du harcèlement sexuel dans tous les cas de figure).

Le fait que ces comportements puissent être éprouvés comme du harcèlement (causant un dommage physique ou psychologique) dépend de la sensibilité des individus, qui peut varier d'une personne à l'autre.

La gravité de ces comportements peut aussi varier selon les circonstances. Certains comportements sont assez graves pour constituer du harcèlement après une seule occurrence, alors que d'autres le seront par la répétition. La répétition d'un comportement inapproprié augmente son impact et sa gravité.

Le harcèlement peut concerner n'importe qui et se produire à n'importe quelle occasion en relation avec le travail, y compris à l'extérieur de l'entreprise. Il est puni par la loi dans de nombreux pays et fait l'objet de la convention n°190 de l'Organisation Internationale du Travail, applicable depuis juin 2020.

### **Valeurs et Principes d'action**

**Le Groupe Michelin s'engage à assurer un environnement de travail collégial, accueillant et sûr, où chacun peut se développer sans obstacle ni crainte.** L'entreprise est consciente que le harcèlement peut avoir des graves effets sur la santé physique et mentale des personnes et qu'il génère un environnement de travail hostile.

**Le Groupe ne tolère aucune forme de harcèlement**, qu'il soit moral ou sexuel, envers toute personne côtoyée dans le cadre du travail, y compris lorsqu'il concerne des parties prenantes externes (candidats, fournisseurs, clients, partenaires, distributeurs, visiteurs). Le fait d'être en position d'autorité par rapport à la personne harcelée constitue une circonstance aggravante.

Michelin rend visible sa politique de tolérance zéro envers le harcèlement, quelle que soit la position occupée dans l'entreprise par la personne mise en cause, et met en place des mécanismes de plainte équitables,

confidentiels et accessibles pour ses employés et ses parties prenantes. Il encourage toutes celles et ceux qui sont victimes ou témoins de harcèlement à le déclarer. Il promeut un environnement où les personnes expriment leurs problèmes en confiance et s'engage à ce qu'une personne qui rapporte un cas de bonne foi soit protégée de toute représailles.

Le Groupe s'engage à traiter tous les cas sérieusement, dans la confidentialité, avec diligence et impartialité, et prend des mesures pour éviter tout éventuel conflit d'intérêt durant l'enquête. Il sanctionne tous les cas de harcèlement qui a été prouvés et met en place des actions pour remédier aux situations inconfortables même lorsque le harcèlement n'a pas été établi.

Michelin prend des mesures de prévention et de détection dans toutes les régions. Il forme les managers et les membres du Service du Personnel à promouvoir un comportement exemplaire en accord avec le modèle ICARE et à mener un dialogue ouvert avec les équipes sur les comportements inappropriés ou malvenus qui surviennent au travail. Ces formations ont également pour but de savoir identifier les mauvais comportements et d'assurer que les plaintes pour harcèlement soient traitées sérieusement.

Michelin est également attentif à ce que les projets de transformation de l'entreprise ne génèrent aucune forme de harcèlement institutionnel et implique les employés dans la conception des mesures de prévention associées.

Les personnes qui ont souffert de harcèlement seront reconnues comme victimes et accompagnées dans leur rétablissement personnel et leur situation professionnelle.

Michelin communique de façon transparente sur le nombre de plaintes pour harcèlement, les actions et sanctions prises de façon annuelle, en faisant toujours attention à préserver la confidentialité des personnes concernées.

## **Je dois**

### **En tant qu'employé**

- Avoir une attitude et des propos respectueux avec toutes les personnes rencontrées dans le cadre du travail, y compris lors des contacts électroniques (emails, visio, etc.)
- Être attentif au bien-être des autres collègues et détecter d'éventuels malaises face à des comportements inappropriés.
- Déclarer toute situation qui pourrait relever de harcèlement, que l'on en soit victime ou témoin, à mon manager, mon responsable de la Direction Corporate Personnel, mon responsable Sécurité ou juridique, à la médecine du travail ou par le biais de la [Ligne éthique](#).

### **En tant que manager**

- Diffuser un climat respectueux des personnes qui encourage le dialogue et l'expression de toutes les problématiques.
- Être attentif à la façon dont mes équipiers réagissent à mon mode de management, et prendre leurs remarques en considération.
- Informer les employés des recours possibles en cas de harcèlement et les accompagner dans leurs démarches.
- Encourager les salariés à déclarer les cas constatés lorsqu'ils sont victimes ou témoins.

- Traiter sérieusement toute plainte éventuelle pour harcèlement, quelle que soit le niveau hiérarchique de la personne mise en cause.

### **En tant que Secrétaire général / Membre de Comités de direction**

- Sensibiliser les managers aux comportements et propos induisant du harcèlement afin de les éviter et de les reconnaître, et à savoir quelle démarche suivre en cas de constat ou de plainte.
- Prendre en compte les problématiques de conflit d'intérêt lors de l'évaluation du cas ou de l'enquête et ne pas confier le cas à une personne qui n'aurait pas la possibilité d'être dans une position d'impartialité.
- Traiter les cas de plaintes pour harcèlement avec confidentialité et dans le respect de la présomption d'innocence.
- Sanctionner les faits de harcèlement s'ils sont avérés, dans le respect de lois et règlements applicables.

## **Je ne dois pas**

### **En tant qu'employé**

- Tenir des propos ou faire des gestes qui, en apparence anodins ou humoristiques, ont pour effet d'inférioriser, de délégitimer, blesser ou perturber une personne
- Continuer à tenter de séduire quelqu'un si la personne ne montre aucune réaction positive en retour ou rejette ces avances.

### **En tant que manager**

- Ignorer ou minimiser les plaintes pour harcèlement moral, sexuel ou institutionnel.
- Exiger des salariés qu'ils atteignent coûte que coûte les objectifs si les circonstances rendent cet exercice impossible.
- Mener une enquête si je n'ai pas été formé à l'enquête ou si ma proximité avec les acteurs mis en cause m'empêche d'avoir une position de neutralité.

## **Cas pratique 1**

*Vous constatez qu'au sein de votre équipe, l'un de vos collègues est mis à l'écart par un autre collègue, qui ne le salue jamais, ne l'invite pas à participer à des réunions de l'équipe et fait régulièrement des remarques désobligeantes sur son apparence physique. Que devez-vous faire ?*

Vous tentez d'engager le dialogue avec lui et avec ce collègue sur ce qui vous semble une pratique incorrecte.

Vous incitez votre collègue à en parler à votre manager ou à son Partenaire de Développement de Proximité ou à recourir à la [Ligne éthique](#).

Vous pouvez également faire part à votre manager de vos observations.

## **Cas pratique 2**

*Votre responsable hiérarchique est très exigeant. Il réprimande publiquement les membres de l'équipe lorsque le travail n'a pas été fait de la façon dont il l'attendait et peut humilier une personne en pleine réunion, ce qui*

*crée un climat de terreur et nuit au moral de toute l'équipe. Personne n'ose lui faire de remarques car il est très haut placé et que tout le monde le craint. Que devez-vous faire ?*

Vous pouvez aller en parler seul ou avec d'autres collègues à votre manager en lui disant que son comportement est démotivant et stressant et nuit à l'équipe.

S'il ne réagit pas, vous pouvez aussi recourir à la [Ligne éthique](#). En parallèle, vous pouvez aller en parler à votre Partenaire de Développement de Proximité.

Le fait que la personne occupe une position hiérarchique élevée dans l'entreprise ne lui donne aucune protection particulière. Par ailleurs, la politique de l'entreprise vous protège de toute mesure de représailles.

### **Cas pratique 3**

*Vous travaillez dans les forces de vente et un client vous a clairement fait savoir qu'il souhaitait sortir avec vous en dehors du lieu de travail, vous invitant plusieurs fois à prendre un verre ou à dîner. Après que vous ayez décliné ses invitations, le client a déclaré qu'il cesserait d'acheter des pneus Michelin ou qu'il les achèterait en quantité beaucoup plus faible si vous ne répondiez pas positivement à ses demandes. Que devez-vous faire ?*

Vous devez en parler à votre responsable et signaler l'affaire sur la [Ligne éthique](#).

En outre, vous pouvez également signaler le cas à votre Partenaire de Développement de Proximité.

### **Cas pratique 4**

*Un de vos collègues ne cesse de donner des claques dans le dos des gens. Il semble considérer cela comme un geste amical. Mais vous voyez que certaines personnes sont offensées par ce comportement et n'osent rien dire. Que devez-vous faire ?*

Vous expliquez à ce collègue que cette habitude n'est pas bien vécue par les personnes, qu'elle les met mal à l'aise et qu'il faudrait qu'il arrête de le faire.

### **Cas pratique 5**

*Lors d'un team building, un intervenant externe a eu un comportement inapproprié à votre égard, vous faisant des compliments appuyés, vous suivant du regard pendant toutes les activités et vous proposant d'aller boire un verre. Cela vous a mis très mal à l'aise et vous a gêné pour les activités. Que devez-vous faire ?*

Vous affirmez face à cet intervenant et lui demandez d'arrêter son comportement déplacé. Vous pouvez faire cette démarche seul(e) ou avec un collègue, afin de vous sentir soutenu(e).

Vous déclarez le cas sur la [Ligne éthique](#). De plus, vous pouvez en parler à votre manager et à votre Partenaire de Développement de Proximité.

Il est essentiel de mettre un point d'arrêt à tout comportement inacceptable avant qu'il ne puisse dégénérer ou se renouveler avec d'autres personnes.

## Santé et sécurité



La santé et la sécurité des personnes sont l'affaire de tous, et priment sur toute autre activité.

### Intentions

- Déployer les meilleurs efforts pour assurer et faire respecter la sécurité sanitaire de ses employés, du personnel des entreprises extérieures prestataires et des visiteurs.
- Maîtriser l'impact santé de tous ses produits et activités sur les populations riveraines, sur les clients et sur le public.
- Créer des conditions de travail préservant la santé physique, mentale et sociale, favorisant l'équilibre de vie et le bien-être des personnes, le maintien de leur aptitude au travail et l'accessibilité des postes de travail au plus grand nombre.

### Principes d'action

- La sécurité et la santé des personnes priment dans toute décision ou action.
- Chaque personne a le devoir de respecter les règles et de faire cesser toute situation à risque. Elle a le droit de ne pas réaliser les interventions pour lesquelles elle n'a pas été formée et validée pour intervenir en sécurité. Un employé qui intervient en dehors des sites du Groupe - *par exemple sur le site d'un client* - a le droit et le devoir de refuser toute intervention s'il estime de bonne foi que les conditions d'intervention ne sont pas sûres.
- L'avis du personnel et de ses représentants est pris en considération pour la définition des plans d'actions d'amélioration des conditions de travail.
- Entre les prescriptions du Groupe et les réglementations locales, l'entreprise fait le choix de respecter les standards les plus protecteurs.
- L'entreprise met en œuvre les moyens et les conditions pour préserver durablement l'aptitude au travail, réduire la pénibilité, préserver la santé physique, mentale et sociale, assurer la sécurité et le bien-être de chacun.

### Responsabilités

La santé, la sécurité et la qualité de vie au travail font l'objet de responsabilisations à tous les niveaux du Groupe:

- **Les employés et leurs représentants**

Ils sont les acteurs responsables de leur santé et de leur sécurité. Ils sont vigilants pour celles de leurs collègues et sont force de propositions en matière d'amélioration de la prévention et de la qualité de vie au travail.

- **Les équipes**

Elles ont un rôle collectif d'intégration des nouveaux arrivants et d'alerte sur les risques.

- **Les managers**

Ils portent la responsabilité de la santé physique et mentale de leurs équipes. Ils pilotent l'élaboration et le déploiement des plans d'amélioration santé/sécurité/qualité de vie au travail. Ils font preuve d'exemplarité et de leadership responsabilisant dans l'application de ces dispositions.

## Garants

- **Les responsables EP (Environnement et Prévention)**

Ils définissent et garantissent, là où elle est exigée, la mise en application du Système de Management EP (SMEP), permettant la pérennisation de la performance et son progrès. Ils sont responsables de l'évaluation des risques physiques et chimiques et garants du bon déploiement des programmes de prévention adaptés. Ils sont en charge de dynamiser les progrès sur le domaine santé/sécurité et statuent sur la maîtrise des risques associés aux évolutions pour les nouvelles molécules, les nouvelles installations et les nouvelles conditions de travail.

- **Les responsables SP (Service du Personnel)**

Ils sont garants de la protection, par le manager, d'une personne en situation de risque, et du déploiement de la politique de santé et de sécurité et des comportements attendus. Ils sont garants du suivi des actions en matière de qualité de vie au travail et de prévention des risques psychosociaux.

- **Le Personnel de Santé**

Il est en charge des soins, du suivi médical, de l'aptitude médicale, du conseil en matière de santé/sécurité/qualité de vie au travail/risques psychosociaux au personnel et à l'employeur. Il est force de propositions en matière de prévention et il a un devoir d'alerte face aux situations qu'il considère inacceptables.

## Je dois

- Porter les Équipements Protection Individuels requis dans le Dossier Poste Prévention pour réaliser sa tâche.
- Vérifier les organes de sécurité de mon poste.
- Rester vigilant pour assurer ma propre sécurité et celle des autres.
- Alerter sur toute situation à risque. Veiller au respect des règles de santé sécurité en faisant preuve d'exemplarité.
- Préserver mon bien-être et celui des autres. Activer le dispositif de recours en cas de besoin.
- Contribuer activement au respect et aux améliorations de l'environnement de travail et des locaux sociaux (y compris ordre et propreté).
- Respecter les règles de déplacement sur site et à l'extérieur.
- Être force de proposition en matière d'amélioration de la Qualité de Vie au Travail.

## Je ne dois pas

- Réaliser une opération/tâche sans avoir suivi la formation adéquate (habilitations métiers...).
- Neutraliser un organe de sécurité de mon poste en dehors d'une opération prévue et sous contrôle.

Prendre mon poste sous l'emprise de substances psychotropes (alcool, drogues, tranquillisants).

## Travail des enfants



Chez Michelin, nous sommes opposés à toute forme de travail des enfants susceptible de nuire à leur santé, leur scolarité ou leur intégrité et qui ne serait pas en ligne avec les conventions de l'OIT.

Nous souhaitons protéger les enfants, soutenir leur développement physique et psychologique et exclure de nos activités ainsi que de celles de nos fournisseurs tout travail qui contreviendrait à ces principes.

### Définition

**Le concept « travail des enfants » regroupe l'ensemble des activités qui privent les enfants de leur enfance, nuisent à leur scolarité, à leur santé, à leur développement physique et mental. Il fait référence à des travaux :**

- dangereux pour la santé, le développement physique, social ou mental des enfants ;
- qui compromettent leur éducation ou les privent de scolarisation ;
- qui les obligent à cumuler des activités scolaires et professionnelles excessivement longues et trop pénibles pour eux.

**L'Organisation internationale du Travail (OIT) fixe l'âge minimum de travail à 15 ans et à 18 ans pour toute forme de travail dangereux.**

Dans tous les cas, le travail même ponctuel ne doit pas empêcher la scolarité de l'enfant, ni nuire à sa santé et à son développement. À cette condition, certains travaux légers sont jugés acceptables par l'OIT pour les enfants à partir de 13 ans. Enfin, un enfant ne doit pas arrêter sa scolarité avant l'âge obligatoire dans un pays donné.

### Principes d'action

#### Prescriptions pour les personnes travaillant sur les sites Michelin

- Pas de travail de personnes de moins de 18 ans sur les sites du Groupe ;
- Des exceptions entre 15 et 18 ans si la période de travail fait partie d'un apprentissage, ne se substitue pas à la scolarité ni au développement et à la santé de la personne (aucun travail lourd).

#### Principes d'action Michelin pour les fournisseurs

- Les Principes des Achats qui sont annexés aux contrats demandent aux fournisseurs de respecter les règles suivantes : interdiction du travail de personnes de moins de 18 ans pour les travaux dangereux, et interdiction du travail des moins de 15 ans d'une manière générale. Des exceptions sont possibles selon la nature de l'activité exercée, à condition que les pratiques soient conformes aux Conventions 138 et 182 de l'OIT et au droit national, et notamment que le travail ne se substitue pas à la scolarité et ne nuise pas au développement et à la santé de la personne.
- Le Groupe mène une démarche spécifique sur le caoutchouc naturel pour cartographier le risque de travail des enfants dans sa chaîne d'approvisionnement et mettre en place des actions et un suivi dans

les zones les plus à risque.

- Le Groupe évalue également les risques liés aux droits de l'Homme - dont le travail des enfants - chez les fournisseurs, notamment dans les pays et les catégories d'achats les plus à risque. Les fournisseurs dont les pratiques RSE ne sont pas conformes aux standards Michelin doivent mettre en place des plans d'actions correctifs.

### **Je dois**

- Comparer les lois nationales avec les principes et prescriptions de l'entreprise en matière d'âge minimum de travail et retenir l'âge le plus élevé.
- Vérifier les papiers d'identité des salariés pour garantir qu'ils ont au moins 18 ans s'ils effectuent des travaux lourds.
- Avoir une vigilance accrue dans les pays où le travail des mineurs est fréquent, y compris à l'attention de nos fournisseurs.

### **Je ne dois pas**

- Autoriser le travail des enfants dans un pays, même s'il est considéré comme une pratique normale dans ce pays.
- Fermer les yeux sur le travail des enfants quand cette pratique est réalisée chez un fournisseur ou partenaire (et non chez Michelin).

### **Cas pratique 1**

*Vous êtes nommé responsable d'un atelier dans une usine. Certains employés vous semblent très jeunes. Après vérification de leurs papiers d'identité, il s'avère que l'un d'entre eux a 16 ans et est affectée à un poste lourd. Que faites-vous ?*

Le pays où vous êtes implanté autorise le travail à partir de 16 ans, mais les règles de l'entreprise exigent que toute personne travaillant sur un poste lourd ait au moins 18 ans. Vous étudiez donc la possibilité pour cet employé de travailler à un autre poste, en vous assurant au préalable que les tâches réalisées ne nuisent pas à sa santé, ni à sa scolarité.

### **Cas pratique 2**

*Vous êtes directeur de Région dans un pays en développement. Une ONG contacte Michelin pour signaler que des enfants travaillent dans une plantation d'hévéas qui fournit indirectement le Groupe. Après enquête, il s'avère que ces adolescents aident leurs parents ponctuellement dans les plantations. Faut-il malgré tout le signaler ?*

**Oui.** Vous rapportez le cas au département des achats qui décidera des mesures à prendre.

## **Travail forcé**



Michelin s'oppose à toute forme de travail forcé, sur nos sites et dans notre chaîne d'approvisionnement.

Selon l'OIT, en 2016, il y avait près de 25 millions de personnes victimes de travail forcé. Dans le monde, les secteurs où le travail forcé sévit le plus sont : le travail minier et en carrière, le tourisme, l'agriculture, l'agro-alimentaire, la construction et la confection en électronique. Selon les pays, on peut par exemple trouver du travail forcé dans les secteurs du bâtiment, du nettoyage, et tous les secteurs qui nécessitent une main-d'œuvre peu qualifiée et une sous-traitance en chaîne. Les salariés détachés et les salariés sans-papiers peuvent également se retrouver dans une situation de dépendance et de travail forcé.

## Définition

Michelin s'oppose au travail forcé tel qu'il est défini selon les principes généraux largement partagés du droit international, et qui se caractérise par des situations dans lesquelles des travailleurs sont contraints de produire un travail ou un service contre leur gré, sans salaire, et / ou sous la menace illégale de la force, de la fraude, de la contrainte, d'une dette ou de la rétention des papiers d'identité.

Le travail forcé peut consister à :

- **Faire signer un contrat de travail dont les termes n'ont pas été compris** par l'employé. Par exemple : un contrat de travail qui n'a pas été rédigé dans la langue d'origine de l'employé.
- **Exercer une contrainte psychologique ou physique** envers un employé pour effectuer un travail. Par exemple : menacer de licenciement un employé s'il n'effectue par une opération dangereuse qui ne fait pas partie de ses tâches ou pour laquelle il n'a pas été formé.
- **Restreindre l'autonomie** d'une personne. Par exemple en détenant ses papiers d'identité, en obligeant la personne à dormir dans l'entreprise, à dépendre de l'employeur pour la création d'un compte bancaire, à ne pas disposer librement de son temps libre, etc.
- **Amener un employé à s'endetter considérablement** avant qu'il ait commencé à travailler, de façon à le mettre dans une situation de « servitude pour dettes ». Dans certaines régions, des intermédiaires (agences de recrutement) facturent aux candidats des sommes particulièrement importantes (frais de transport, de logement, d'assurance...) dans la phase de sélection, de recrutement ou d'embauche ; les employés mettront alors des années à rembourser cette dette à leur employeur.

## Principes d'action

Le Groupe s'engage à\* :

- Si des contrats de travail sont utilisés, concevoir **des contrats de travail lisibles et compréhensibles** pour tous les employés.
- **Ne pas faire travailler un employé sous la contrainte** et respecter son autonomie.
- Veiller à ce **que chaque employé dispose librement de ses papiers d'identité et puisse rompre son contrat de travail à son initiative** selon le préavis prévu par la réglementation locale ou le contrat de travail.
- **Interdire le versement de toute commission ou frais de recrutement** par les demandeurs d'emplois.
- Travailler avec des agences de recrutement et d'intérim qui respectent les Principes généraux de recrutement équitable de l'OIT, et qui n'endettent pas l'employé, afin d'éviter toute forme de servitude envers l'employeur.

\* Des références aux contrats de travail sont applicables seulement dans les situations où de tels contrats sont utilisés.

Michelin s'engage également à **lutter contre le travail forcé dans sa chaîne de sous-traitance**. Le Groupe identifie les secteurs/fournisseurs les plus à risque et met en œuvre une démarche pour évaluer et gérer ce risque sur sa chaîne d'approvisionnement.

Une vigilance particulière est accordée aux travailleurs migrants. **Les travailleurs migrants font partie des populations les plus vulnérables en matière de respect des droits humains**. Ne parlant - *le plus souvent* - pas la langue du pays, ils sont souvent sans soutien de leurs proches et donc particulièrement dépendants des agences de recrutement et de leur employeur.

## **Prescriptions pour les personnes travaillant sur les sites Michelin**

*Responsables du personnel, responsables juridiques et directeurs de site*

### **Je dois**

- Si des contrats de travail sont utilisés, faire signer des contrats de travail énonçant des clauses claires (lieu de travail, conditions de rupture du contrat de travail, préavis etc.) et rédigées dans une langue compréhensible par l'employé.
- M'assurer, lors du processus de recrutement par les services de Michelin, qu'aucun frais de recrutement n'est facturé au candidat (tels que, par exemple, des frais de présentation de sa candidature).
- Remettre une copie des papiers d'identité, du contrat de travail ou du permis de séjour à l'employé si la loi d'un pays oblige l'employeur à les conserver. Donner à l'employé la possibilité de récupérer ces documents à tout moment.
- Être vigilant quant à d'éventuels « signes » qui pourraient traduire du travail forcé d'un employé : heures supplémentaires excessives, isolement, pression financière, etc.
- Donner accès gratuitement aux salariés aux informations sur leurs droits et conditions de travail.

### **Je ne dois pas**

- Conserver les papiers d'identité des employés comme garantie.
- Accepter que des travailleurs effectuent régulièrement des heures supplémentaires sans vérifier qu'ils ne les exercent pas sous la pression externe, en vue de remboursement de dettes ou de « frais de recrutement ».
- Exercer une menace de quelque façon que ce soit pour qu'un employé continue à travailler dans le Groupe contre sa volonté.

## **Prescriptions pour les Responsables des Achats Groupe et Région**

### **Je dois**

- Inclure le document « Principes des Achats » dans tout contrat.
- Vérifier que les pratiques des agences de recrutement et d'intérim avec qui le Groupe travaille sur ses sites, notamment dans les pays à risques et pour le cas spécifique des travailleurs migrants, respectent la réglementation et sont équitables (pas de frais pour les salariés recrutés, pas de compte en banque de travailleur qui passe par l'agence, etc.).
- Identifier les pays et les catégories d'achat les plus à risque en matière de travail forcé afin d'enrichir la

cartographie des risques RSE des fournisseurs et de cibler les évaluations documentaires.

- Proposer un plan d'action adapté pour les fournisseurs ou secteurs d'achat les plus à risque.
- Rendre la [Ligne éthique](#) accessible aux fournisseurs et à leurs employés. Faire connaître la procédure d'alerte via le site Internet des achats.
- Identifier, pour les fournisseurs de caoutchouc naturel, les zones potentiellement exposées au travail forcé. Mettre en place des plans d'action pour les éradiquer.
- Être attentif à la situation des employés des sous-traitants du Groupe lorsqu'ils sont en mission sur un site du Groupe.

## Cas pratique

*Vous êtes responsable du personnel d'une Direction « pays ». Plusieurs travailleurs, originaires d'une région voisine, viennent vous voir pour vous informer que l'agence de recrutement a conservé leurs papiers d'identité comme « garantie financière » du contrat de travail. Que devez-vous faire ?*

**C'est une pratique de travail forcé.** Vous prenez contact avec cette agence. Vous vous efforcez de trouver des solutions pour que la « dette » des employés soit effacée. Vous évaluez l'aptitude de l'agence à modifier ces pratiques. Dans le cas contraire, vous faites appel à un autre prestataire plus respectueux des droits de l'homme. Vous vous assurez que les travailleurs aient récupéré leurs papiers. À l'avenir, vous serez plus vigilant dans la sélection de vos partenaires.

## Sûreté - Protection des actifs



Les « actifs » de Michelin sont ici une mention qui couvre tant les personnes et que les biens matériels, ainsi que les savoirs et les savoir-faire. La protection des actifs est essentielle pour l'avenir du Groupe.

La sécurité et la sûreté sont la responsabilité de tous.

### Principes d'action

Chaque employé est responsable dans le cadre de ses fonctions de la bonne utilisation et de la protection des actifs matériels et immatériels ainsi que des ressources du Groupe.

**Il s'agit par exemple des installations industrielles, des équipements, des ressources financières du Groupe ainsi que des secrets commerciaux, des brevets et des marques.**

- Les actifs et ressources doivent être utilisés conformément aux besoins du Groupe et dans un cadre fixé par les différentes entités.
- Les actifs physiques et les documents sont classés selon leur importance (*Niveau 1 - Majeur, Niveau 2 - Grave, Niveau 3 - Faible*).
- **Les informations classées D1 et D2 ne doivent être partagées qu'avec les personnes qui ont « besoin de savoir ».**
- Les managers doivent témoigner d'une conduite exemplaire.
- La connaissance des politiques de sécurité et des exigences est essentielle pour préserver les actifs du Groupe.

## Mesures de sécurité

- **Les ordinateurs portables doivent être sécurisés** physiquement à l'aide de câbles de verrouillage et logiquement en utilisant la fonction Windows+L ou CTR/ALT/DEL.
- Les employés doivent **classer les actifs selon leur importance en termes de Confidentialité, Intégrité et Disponibilité.**
- Les employés doivent **crypter les données** sensibles (D1 et D2) et disposer des actifs physiques et informations électroniques de façon sécuritaire.
- Les sites Michelin utilisent des systèmes de sécurité pour fournir un environnement sûr et sécuritaire :
  - vérification de l'accès au site aux personnes autorisées via le contrôle d'accès électronique ;
  - utilisation de caméras (dans les lieux autorisés) pour identifier et enquêter sur les incidents ;
  - protection des zones classées par des alarmes.

## Je dois

- Verrouiller mon ordinateur portable.
- Porter mon badge toute la journée.
- Faire une réservation de voyage auprès d'un partenaire approuvé par le Groupe.
- Suivre toutes les procédures de sécurité du site.
- Assurer la confidentialité des informations Michelin, et me conformer aux engagements de confidentialité concernant l'information des tiers.
- Garder en tête que tous les actifs et documents du Groupe appartiennent à Michelin.

## Je ne dois pas

- Laisser des documents confidentiels sans surveillance.
- Autoriser une personne à accéder aux sites et zones sécurisées avec mon badge.
- Laisser mon ordinateur portable non sécurisé (par exemple : à mon poste, à mon hôtel, dans ma voiture, etc.)
- Ignorer les règles pour des raisons de commodité.
- Publier des informations sensibles ou confidentielles (photos d'installations, procédures) sur les réseaux sociaux.
- Utiliser les ressources du Groupe à des fins privées, sauf si un tel usage est autorisé par une politique de ma Région ou de mon pays.

## Ma conduite des affaires



Chaque employé Michelin, dans quelque pays qu'il soit, doit personnellement respecter les présentes **principes et prescriptions en matière d'éthique des affaires.**

Leur non-respect peut engager votre responsabilité, vous engageant potentiellement à des sanctions disciplinaires et des poursuites civiles ou pénales.

De même, la violation de ces prescriptions est susceptible de faire l'objet d'un signalement, selon la procédure d'alerte et les liens indiqués [ici](#).

## Cadeaux et invitations



« Partout où nous sommes implantés, nous sommes déterminés à nous comporter en entreprise responsable, honnête, respectueuse de la personne humaine et des lois... »

Charte Performance et Responsabilité Michelin (2002), Pratiquer nos valeurs, exercer nos responsabilités.

Le Groupe ne tolère aucune forme de corruption qu'elle soit publique ou privée, active ou passive, directe ou indirecte. Le Groupe s'est engagé à mener ses affaires honnêtement, à ne pas influencer de manière abusive un partenaire commercial, un fonctionnaire ou toute autre personne physique ou morale.

Dans le cadre des relations d'affaires, l'échange de cadeaux ou d'invitations peut affecter l'indépendance de jugement des employés dans ses relations avec les partenaires externes. De la même façon, le Groupe s'est engagé à ne pas accepter des cadeaux ou des invitations qui pourraient nuire à sa réputation.

### Définitions

**Les cadeaux et invitations à caractère déraisonnable peuvent constituer des pots-de-vin.**

Les politiques du Groupe s'appliquent aux cadeaux et invitations :

- Donnés ou reçus ;
- Directement par un employé ou indirectement par un tiers représentant du Groupe ;
- Directement à un employé du Groupe ou indirectement à un membre de sa famille.

**Un tiers représentant** est toute personne physique ou morale qui agit au nom du Groupe. Par exemple: des lobbyistes, des avocats, des représentants de commerce, ou des intermédiaires. Toutes actions et décisions inappropriées de ces tiers pourraient être imputées au Groupe. Leur comportement doit être en étroite conformité avec ce Code et avec toute politique s'appliquant à leurs activités.

### Principes d'action

**Il est interdit à tout employé ou tiers représentant du Groupe d'accepter un cadeau, une invitation ou tout autre avantage qui pourrait affecter son jugement, son impartialité ou son indépendance et l'amener à ne pas agir dans l'intérêt du Groupe.**

Chaque employé ou tiers représentant doit se conformer à la politique Groupe, ainsi qu'à la politique Région (ou autre) applicable relative à des cadeaux et invitations.

## **Recevoir un cadeau ou une invitation**

Les employés du Groupe et les membres de leur famille, les tiers représentants de Michelin, doivent, dans la mesure du possible, refuser les cadeaux et invitations d'un fournisseur, d'un client ou d'un tiers.

Un cadeau ou une invitation pourrait être accepté en répondant à chacun des critères suivants :

- Conforme à ce Code et à la/aux politique(s) cadeaux applicable(s) ;
- D'une valeur raisonnable ;
- Occasionnel ;
- Dans un but commercial légitime ;
- Autorisé par une politique spécifique ou validée par un manager et enregistré dans le Registre des Cadeaux applicable\*.

En cas de doute il est recommandé de refuser poliment le cadeau.

## **Offrir un cadeau ou une invitation**

Les cadeaux et invitations qui pourraient influencer de manière inappropriée le jugement professionnel du destinataire sont interdits.

Un cadeau ou une invitation pourrait être offert en répondant à chacun des critères suivants :

- Conforme à ce code et à la/aux politique(s) cadeaux applicable(s) ;
- D'une valeur raisonnable ;
- Occasionnel ;
- Dans un but commercial légitime ;
- Autorisé par une politique spécifique ou validée par un manager et enregistré dans le Registre des Cadeaux applicable\*.

En cas de doute il est recommandé d'éviter d'offrir des cadeaux.

*\* Chaque Région doit tenir un Registre des Cadeaux. Les cadeaux, donnés ou reçus, non autorisés par une politique spécifique mais qui peuvent être jugés comme acceptables par le management de Michelin sont consignés dans ce Registre. Doivent y être mentionnées : la nature, la valeur et la motivation du cadeau, ainsi que la décision prise (refus, acceptation puis donation, ou partage dans le service, etc.)*

## **Je dois**

- Connaître et me conformer à la politique cadeaux et invitations qui s'applique à mes activités professionnelles.
- Expliquer aux partenaires commerciaux la politique Cadeaux et Invitations applicables, pour éviter tout malentendu.
- En parler avec mon manager et la fonction juridique en cas de doute.

## Je ne dois pas

- Accepter les cadeaux et invitations qui pourraient influencer mon comportement dans la pratique de mes activités professionnelles.
- Donner ou accepter des cadeaux ou invitations d'une valeur déraisonnable.
- Donner ou accepter des cadeaux ou invitations sans en informer ma hiérarchie.

## Cas pratique 1

*La politique cadeaux de votre Région autorise les employés à accepter les cadeaux publicitaires d'une valeur inférieure à un certain montant. Un fournisseur vous offre en tant qu'acheteur, une belle carafe en cristal personnalisée à son effigie, dont la valeur pourrait être en dessus du montant autorisé par la politique. Vous ne voulez pas le froisser... Pouvez-vous accepter ce cadeau ?*

**Oui.** Vous pouvez accepter ce présent si vous l'utilisez uniquement dans un cadre professionnel. Vous devez l'enregistrer dans le Registre des Cadeaux si sa valeur excède tout plafond autorisé par la politique Cadeaux et invitations applicable.

## Cas pratique 2

*Vous êtes Key Account Manager pour X, un gros client. Au cours des six derniers mois, vos relations commerciales se sont détériorées. Le directeur des achats de votre client vous l'a signalé. Vous souhaitez inviter votre client à dîner dans un restaurant Michelin 2 étoiles pour tenter de maintenir votre chiffre d'affaires. Cette pratique est-elle autorisée ?*

Vous devez consulter la politique cadeaux et invitations en vigueur dans votre pays et en parler avec votre manager. Si des repas occasionnels et de valeur raisonnable sont tolérés, un dîner dans un restaurant étoilé pourrait être considéré d'une valeur déraisonnable. En cas de doute, vous consultez la fonction juridique.

## Commerce international et contrôle à l'exportation



Le Groupe est soumis à de nombreuses réglementations, et doit être le garant du respect de l'ensemble des réglementations pour l'ensemble des flux de biens, matériels ou non matériels.

### Contexte

Le Groupe est soumis à de nombreuses réglementations :

- **Les réglementations douanières** qui encadrent l'importation et l'exportation de toutes les marchandises, quelles que soient leur nature, leur origine, leur valeur, leur utilisation ou leur mode de transport.
- **Les réglementations sur le contrôle des exportations** qui limitent les transactions avec certains pays pour les produits, les technologies, les logiciels ou les services. Une attention particulière doit être apportée aux technologies et produits à double usage qui sont utilisés à la fois à des fins civiles et militaires.

Le non-respect de ces réglementations peut avoir de graves conséquences pour le Groupe : arrêt de certains flux, sanction financière, dégradation de son image, et dans certains cas engagement de la responsabilité pénale des responsables de ces infractions.

## **Valeurs et Principes d'action**

### **Valeurs**

Le Groupe doit être le garant du respect de l'ensemble des réglementations pour l'ensemble des flux de biens, matériels ou non matériels.

**Michelin peut dans certains cas, adopter une politique plus exigeante pour réduire les risques de sa chaîne d'approvisionnement et faciliter le développement de ses activités.**

Par exemple : les certifications douanières OEA (Opérateur économique agréé) pour l'Europe ou C-TPAT (Customs Trade Partnership Against Terrorism) son équivalent aux USA, permettent au Groupe de bénéficier de procédures de dédouanement simplifiées et plus sécurisées.

### **Principes d'action**

**La fonction Douane et Contrôle à l'exportation définit les politiques pour assurer le respect de l'ensemble de ces réglementations.**

Elle s'appuie sur son réseau régional et local pour mettre en œuvre ces politiques dans les différents processus du Groupe.

**Chaque employé a un rôle à jouer pour s'assurer que ses activités respectent ces réglementations.**

### **Je dois**

- Associer systématiquement les équipes Douane et Contrôle à l'exportation à la mise en place d'une nouvelle implantation industrielle ou commerciale, d'un nouveau flux à l'international ou de toute opération qui ne s'inscrit pas dans les processus standards du Groupe.
- Suivre la formation interne Contrôle à l'exportation, afin de mieux identifier les zones à risques et d'avoir les bons réflexes.
- M'assurer que les clauses standards Contrôle à l'exportation ont été insérées dans les documents contractuels avec nos clients.
- Respecter les standards et les normes du Groupe et, si nécessaire, contacter les équipes Douane et Contrôle à l'exportation en cas de doutes ou de questions de la part d'un fournisseur, d'un client, d'une banque ou de tout autre partenaire concernant les formalités douanières ou le Contrôle à l'exportation.

### **Je ne dois pas**

- Utiliser mes bagages personnels pour transporter du matériel professionnel entre deux pays sans avoir consulté au préalable les équipes Douane et Contrôle à l'exportation.
- Donner pouvoir à un commissionnaire en douane (pour l'établissement d'une déclaration en douane export ou import).

- Payer un commissionnaire en douane, un transporteur, ou tout autre partenaire pour accélérer le passage d'une frontière ou une opération de dédouanement.
- Initier ou participer à une transaction vers un pays interdit par la politique du Groupe.
- Ignorer les mesures de contrôle à l'exportation sous prétexte que les biens militaires ne font pas partie du périmètre de ma fonction.

### Cas pratique 1

*Pour ne pas payer les droits de douane, un client vous explique au téléphone qu'il suffit d'ajouter une mention manuscrite sur la facture indiquant l'origine du produit. Il vous précise que tous vos concurrents le font. Que faites-vous ?*

Vous contactez les équipes Douane. Toute demande ayant pour objectif de diminuer les droits de douane à l'importation (ajout d'une mention sur une facture, diminution de la valeur, y compris pour les envois à titre gratuit, modification de la description du produit, de son pays d'origine ou du classement douanier, etc.) doit être validée avec les équipes Douane.

### Cas pratique 2

*Vous êtes en contact avec un client potentiel situé dans un pays interdit par la politique du Groupe. Il vous propose de passer par une tierce partie dans un autre pays pour contourner l'interdiction. Que devez-vous faire ?*

Vous contactez les équipes Douane et Contrôle à l'exportation. Même en cas de flux indirect, vous pouvez être concerné par les contrôles à l'exportation.

## Concurrence loyale



« Nous sommes favorables à une compétition commerciale loyale, exercée par tous les acteurs du marché dans le cadre des réglementations du droit de la concurrence. »

Charte Performance et Responsabilité Michelin (2002), Pratiquer nos valeurs, exercer nos responsabilités.

### Définition

**Le principe de concurrence loyale** régit le comportement d'une entreprise en relation avec son environnement (clients, fournisseurs et concurrents).

La concurrence loyale contribue à la réalisation d'intérêts collectifs : favoriser de meilleurs prix et services pour les consommateurs et encourager l'innovation.

La concurrence loyale est un principe reconnu dans de nombreux pays. Les autorités s'assurent de son respect via un dispositif législatif et réglementaire.

**Un comportement anticoncurrentiel** peut exposer le Groupe ou les employés à de lourdes sanctions: très fortes amendes, poursuites pour dédommagement, atteinte à la réputation, voire peines de prison. Ces sanctions se généralisent à l'international et se durcissent.

## Principes d'action

Le Groupe promeut le respect de ses salariés, de ses clients et, de façon générale, de son environnement. La concurrence loyale est l'une des applications concrètes de ces principes.

Pour garantir l'adhésion des employés aux règles de concurrence, Michelin a mis en place un **programme de conformité**. Ce dispositif comprend des principes et plans d'actions dont la formation régulière auprès des populations sensibles (ventes et marketing). Ces employés font l'objet d'un contrôle permanent, notamment de la part de la fonction juridique.

### Le Groupe assure l'effectivité du principe de concurrence loyale en excluant :

- Tous accords, discussions et échanges d'informations avec ses concurrents sur des informations commercialement sensibles ;
- Toutes conditions abusives à l'encontre de ses clients et de ses fournisseurs ;
- Toutes actions de nature à fausser le libre jeu de la concurrence.

**Le respect de la concurrence loyale est l'affaire de tous.** Chaque employé doit être exemplaire dans ses interactions avec des interlocuteurs externes.

### Je dois

- Adopter un comportement respectueux et équitable envers nos clients et nos fournisseurs.
- Exclure tout contact avec les concurrents (en dehors des discussions dans un cadre structuré, tels que : associations professionnelles et projets d'acquisition).
- Respecter les obligations de confidentialité.
- Adopter, vis-à-vis des clients, un comportement adapté à la position du Groupe sur son marché (une part de marché élevée impacte plus fortement la responsabilité de Michelin).
- Exclure toute mesure punitive (sanction, boycott) en cas de négociations commerciales insatisfaisantes.

### Je ne dois pas

- Fixer les prix et échanger des données commerciales sensibles avec les concurrents.
- Répartir les marchés (produits, services ou territoriaux) avec les concurrents.
- Imposer le prix de revente des clients.
- Fausser les appels d'offres.
- Faciliter une entente ou une discussion sur les prix entre clients (ex.: les distributeurs).

## Cas pratique 1

*Un client distributeur (A) vous propose de discuter du niveau des prix des pneus tourisme sur le marché. Il se plaint de la politique de prix agressive d'un distributeur concurrent (B) qui est également client de Michelin. A vous demande d'intervenir auprès de B pour qu'il augmente ses prix, de façon à assurer des marges plus élevées. Ce type de proposition est-elle acceptable ?*

**Non.** Si vous acceptez la requête (demander à B d'augmenter ses prix), le Groupe sera en infraction car il sera considéré comme le « facilitateur » d'un cartel (fixation en commun de prix de vente). Vous devez donc lui expliquer que vous ne pouvez pas intervenir sur la politique de prix des clients, lesquels sont libres de les fixer.

## Cas pratique 2

*Vous représentez Michelin dans une association professionnelle et participez à des réunions sur des thèmes d'intérêt général pour l'industrie. Ces réunions sont encadrées et vous n'évoquez jamais de sujets commercialement sensibles (prix, volumes, coûts, etc.). Un membre de l'association issu d'une entreprise concurrente vous propose de boire un verre avec quelques autres membres/concurrents. Il souhaite mieux vous connaître car vous faites le même métier et vos intérêts sont finalement communs. Faut-il accepter ?*

**Non.** Vous devez décliner la proposition et éviter toute discussion même informelle avec des concurrents. Si l'échange aboutit à une entente commerciale, la simple participation à ce type de réunion peut conduire à une sanction (dont amendes) de la part des autorités.

## Eviter les conflits d'intérêts



*« Nous souhaitons prévenir l'apparition d'éventuels conflits d'intérêts entre les responsabilités des membres du personnel au sein de l'entreprise et en dehors. Pour cela, nous attendons de nos collaborateurs qu'ils évitent les activités personnelles financières, commerciales ou autres, qui pourraient être contraires aux intérêts légitimes du groupe Michelin ou susceptibles d'influer sur l'objectivité des décisions professionnelles, ou de créer des perceptions ambiguës, du fait de leurs responsabilités au sein de l'entreprise. »*

Charte Performance et Responsabilité Michelin (2002), Pratiquer nos valeurs, exercer nos responsabilités.

### Définition

**Un conflit d'intérêts existe lorsque le ou les intérêts personnels d'un employé entrent en conflit avec les intérêts de son employeur.**

Les **intérêts personnels** peuvent être d'ordre associatif, caritatif, culturel, financier, politique, religieux, sportif ou résulter de liens familiaux, sentimentaux ou amicaux.

Il n'existe pas de définition légale du conflit d'intérêts dans tous les pays, néanmoins ces comportements sont fréquemment sanctionnés pénalement.

Il peut s'agir d'un **conflit d'intérêts avéré, potentiel** ou **apparent** :

- **Conflit d'intérêts avéré** : situation dans laquelle un employé a un intérêt personnel qui entre en conflit avec les intérêts de Michelin et qui influence la conduite de sa / ses missions au sein de Michelin.
- **Conflits d'intérêts potentiel** : situation dans laquelle les intérêts personnels d'un employé risquent de se trouver en concurrence avec les intérêts de Michelin ; l'employé devra rester vigilant à ce qu'un conflit potentiel n'évolue pas en conflit réel.
- **Conflits d'intérêts apparent** : situation dans laquelle les intérêts personnels d'un employé peuvent être perçus comme donnant lieu à un conflit d'intérêts.

## **Principes d'action**

**Chaque employé doit informer son manager, et/ou le département du personnel, de toute situation de conflit d'intérêts (réel, apparente ou potentielle) pour s'assurer que la situation est connue et gérée en conformité avec la politique du Groupe.**

Chaque employé doit se montrer particulièrement vigilant en cas de relations personnelles ou familiales avec une personne travaillant pour un concurrent, un fournisseur ou un client du Groupe. Cette relation n'est pas illégale mais elle ne doit pas agir à l'encontre des intérêts de Michelin.

Toute situation qui peut susciter un doute raisonnable sur l'impartialité, la loyauté vis-à-vis du Groupe et la probité d'un employé, même à tort, expose celui-ci au risque de conflit d'intérêts.

## **Je dois**

- Demander conseil à mon/ma manager si ma situation personnelle (ou celle de mes proches) est susceptible de présenter un conflit d'intérêts en faveur ou en défaveur des intérêts de Michelin.
- Éviter de privilégier les amis et les relations dans mes décisions et activités professionnelles.
- Veiller à ce que mes décisions soient toujours justes et impartiales, dans les meilleurs intérêts du Groupe.

## **Je ne dois pas**

- Détenir ou acheter des biens matériels ou immatériels pour les vendre ou les louer à Michelin.
- Prendre une décision sur la base des intérêts financiers que je peux détenir, sous quelque forme que ce soit, dans une société commerciale contrôlée par des concurrents, des fournisseurs ou des clients de Michelin.
- Faire pression pour que mon conjoint, l'un de mes parents ou l'un de mes enfants soit embauché par un concurrent, un fournisseur ou un client du Groupe.

## **Cas pratique 1**

*Vous savez que votre site industriel va bientôt lancer un appel d'offres pour sélectionner une société de nettoyage. Votre fille dirige une entreprise locale très renommée et performante dans ce domaine. Quelle attitude faut-il adopter vis-à-vis de votre famille et dans le Groupe ?*

Vous devez éviter toute mention de cet appel d'offres devant vos proches. Vous devez informer et discuter avec votre manager de l'existence de ce lien qui pourrait être considéré comme un conflit d'intérêts.

Vous ne devez en aucun cas vous impliquer ni dans la sélection des fournisseurs pour l'appel d'offres, ni dans sa réalisation.

Vous êtes vigilant car vous savez que même une mention désinvolte de l'activité de votre fille à un collègue impliqué dans l'appel d'offres pourrait être interprété comme un conflit d'intérêts.

## Cas pratique 2

Votre fils, en recherche d'emploi, vient de postuler chez l'un de vos principaux clients. Lors d'une discussion avec ce client, ce dernier mentionne à plusieurs reprises la candidature de votre fils. Que faites-vous ?

Vous devez informer votre manager de cette situation et de ce lien de parenté qui pourrait être interprété comme un conflit d'intérêts dans la poursuite de vos relations avec ce client.

Avec votre manager, vous clarifiez la situation auprès de votre client, afin d'éviter toute pression directe ou indirecte.

## Contributions caritatives et politiques



Michelin ne fait pas de contribution politique.

Le Groupe privilégie l'implication dans des actions caritatives qui valorisent les communautés et les personnes avec lesquelles il interagit et sur lesquelles il peut avoir un impact.

### Définitions

**Les contributions caritatives** sont des dons effectués à une organisation caritative, une œuvre de bienfaisance ou une fondation privée. Les dons peuvent être effectués en somme d'argent, en immobilier, en biens, en titres mobiliers, ou en tout autre article de valeur.

**Les contributions politiques** sont des financements, en fonds ou en ressources, versés à des partis politiques, des candidats à une charge publique, ou aux « *political action committees* » (PACs).

### Principes d'action

Michelin ne fait pas de contribution politique.

Le Groupe considère qu'il peut légitimement exprimer son point de vue, en toute intégrité, en expliquant aux décideurs publics les positions qu'il estime devoir prendre sur des questions d'intérêt pour le Groupe. Ces échanges ont lieu dans le respect des principes d'honnêteté et dans l'intérêt des parties prenantes comme des actionnaires, des clients, des partenaires, des employés, et la juridiction concernée (pays, province, état, ville, etc. ).

Les contributions caritatives sont interdites à moins d'être :

- Autorisées par toute loi applicable ;
- Divulguées publiquement conformément à la loi applicable ;
- Autorisées par une politique écrite de la Région ou du Groupe ou de l'Entité (par exemple, la politique *Cadeaux et invitations*), ou autorisées spécifiquement, par écrit et au préalable, par le Directeur de la Région.

Il est strictement interdit aux tiers (tels que, par exemple : mandataires, intermédiaires ou consultants externes) de verser des contributions au nom du Groupe.

Du fait de son objet social, la [Fondation d'Entreprise Michelin](#) est soumise à des obligations de gouvernance et de reporting qui ne sont pas couvertes par ce Code.

### Je dois

- M'assurer en amont que la contribution caritative d'une entité du Groupe est conforme à ce Code et à la loi applicable.
- En parler avec mon/ma manager, le correspondant éthique régional / pays ou la fonction juridique en cas de doute.

### Je ne dois pas

- Utiliser les fonds ou les ressources du Groupe pour effectuer une contribution politique, ou effectuer une contribution politique au nom du Groupe.
- Diffuser des slogans en faveur d'un candidat politique à l'intérieur des sites de travail du Groupe.
- Faire une contribution caritative qui peut être apparentée à un pot-de-vin. En cas de doute, je consulte ce Code, aux parties [Cadeaux et invitations](#), [Lutte contre la corruption](#), et/ou je m'adresse à la fonction juridique.

### Cas pratique 1

*Vous faites partie de l'équipe de direction d'une usine qui a un impact économique important sur le territoire de proximité. Dans le cadre d'une campagne électorale et d'un renouvellement de mandat la titulaire au pouvoir vous contacte. Elle souhaite organiser une visite à l'usine en présence des médias locaux pour annoncer le lancement d'un projet de loi favorable à l'industrie (y compris pour Michelin. Comment réagir ?*

Michelin autorise les visites aux installations pour permettre aux élus de se renseigner sur ses opérations. Ces visites sont néanmoins découragées pendant des campagnes politiques. Vous devez contacter immédiatement l'équipe d'affaires publiques, le correspondant éthique ou la fonction juridique, et suivre leurs conseils et leurs directives avant de répondre à la demande.

### Cas pratique 2

*Vous pensez que votre site devrait apporter son soutien à un événement local afin de collecter des fonds pour un organisme de bienfaisance qui profite à la communauté. Qui devriez-vous contacter pour explorer cette possibilité ?*

Vous devrez contacter le département des affaires publiques.

## Prévenir les délits d'initié



« L'entreprise demande à tout collaborateur qui disposerait, du fait de son activité professionnelle, d'une information confidentielle de nature à influencer le cours en bourse des titres d'une société du Groupe, de s'interdire de communiquer cette information, d'acheter ou de vendre les actions ou autres titres de cette société ou de le faire par personne interposée. Il s'agit aussi bien de la conformité à la loi que d'un souci de respect et d'équité vis-à-vis des autres actionnaires. »

Charte Performance et Responsabilité Michelin (2002), Pratiquer nos valeurs, exercer nos responsabilités.

## **Contexte et Définitions**

Michelin étant un groupe coté en Bourse, la réglementation européenne impose aux dirigeants, aux employés et partenaires, des obligations particulièrement strictes au titre de la prévention des abus de marché.

**Aucun employé ni aucun partenaire d'affaire ne doit tirer profit d'un achat ou d'une vente d'actions d'une société cotée, sur la base d'informations confidentielles.**

Est considérée comme « **initiée** » toute personne qui détient des Informations Privilégiées dans le cadre de l'exercice de ses fonctions ou du fait de la préparation d'une opération particulière.

Une « **Information Privilégiée** » est une information non publique, précise, susceptible d'influencer le cours de Bourse du Groupe avant qu'elle ne devienne publique.

## **Principes d'action**

La réglementation européenne et la loi pénale française réprimant les infractions aux lois sur les valeurs mobilières sont applicables à toute personne physique ou morale, quels que soient sa nationalité et son pays de résidence. Toute infraction aux règles relatives aux délits d'initié peut être soumise à de lourdes sanctions (amendes ou des peines de prison).

Les règles sur les abus de marché ainsi que les mesures prises par Michelin sont précisées dans la **Charte de Déontologie Boursière**.

Pour prévenir le délit d'initié, le Groupe doit tenir et mettre à jour une liste de personnes ayant accès de manière occasionnelle à des Informations Privilégiées.

- Pour chaque situation ou projet qualifié d'information privilégiée, le Groupe a établi **une liste d'initiés ponctuelle**. Le Groupe s'assure en amont que ces personnes ou tiers ont pris connaissance de leurs obligations et des sanctions applicables en cas de violation des règles.
- Pour les personnes exerçant des responsabilités dirigeantes et les personnes assimilées, susceptibles d'avoir accès, de par leurs fonctions, à des informations privilégiées, le Groupe a mis en place des périodes annuelles d'abstention dites « **fenêtres négatives** ». Ces personnes doivent s'abstenir de toute opération sur les actions du Groupe durant ces périodes. Le Groupe s'assure qu'elles ont pris connaissance de leurs obligations, du calendrier à respecter et des sanctions applicables en cas de violation des règles.

## **Je dois**

- M'abstenir de toute opération sur les actions du Groupe en cas de notification de mon inscription sur une liste d'initiés ponctuelle ou sur la liste des personnes soumises aux « fenêtres négatives ».
- Faire appel au [déontologue](#) en cas de doute sur mon statut d'initié (voir ci-après dans la rubrique « **Qui contacter** »). Le déontologue est responsable du domaine « Droits des sociétés » au sein de la Direction Corporate Juridique.

## Je ne dois pas

- Ignorer une notification reçue informant de mon inscription sur une des listes d'initiés.
- Acheter ou vendre des actions d'une société cotée en tant que détenteur d'une information confidentielle qui pourrait influencer de manière significative son cours de Bourse.
- Acheter des actions d'une société lorsque j'ai connaissance de relations d'affaire du Groupe avec cette société qui pourraient influencer sur la valeur de la société.

## Cas pratique

*Vous êtes employé-actionnaire du Groupe grâce au plan d'actionnariat salarié BIB'Action. Vous venez d'apprendre par une « rumeur interne » que le Groupe va prochainement publier de mauvais résultats. Vous souhaitez néanmoins vendre des actions Michelin, que vous détenez depuis plus de 5 ans\*, pour financer l'achat d'un nouveau véhicule. Pouvez-vous réaliser cette opération ?*

*\* les actions issues de plans d'actionnariat salarié du Groupe sont "bloquées" pendant 5 ans.*

**Non.** La rumeur interne qui vous a été communiquée est effectivement une information importante qui peut avoir un effet sur le cours de bourse de l'action Michelin. En tant qu'employé-actionnaire du Groupe, vous êtes très probablement considéré comme un « initié » : dès lors, l'obligation d'abstention de transactions s'appliquera à vous, même si avant de connaître cette rumeur vous n'aviez aucune interdiction particulière. De ce fait, vous ne pouvez ni acheter ni vendre d'actions Michelin jusqu'à ce que l'information soit publiée par un communiqué de presse.

## Lutte contre la fraude



La fraude met en péril les activités de Michelin mais aussi son image et sa réputation.

La fraude, la malhonnêteté, comme tout comportement pénalement répréhensible, sont strictement interdits chez Michelin ; ils peuvent engager la responsabilité civile ou pénale de l'employé. Toute fraude avérée fait l'objet d'une sanction disciplinaire, dans le respect des lois locales applicables.

Une vigilance absolue s'impose à l'occasion d'une communication externe de données sensibles qui pourraient permettre à un tiers de commettre une fraude.

## Définition

**La fraude est un acte volontaire et intentionnel de malhonnêteté, de tromperie ou d'abus de confiance, commis en vue d'obtenir illégalement un avantage financier ou autre, qu'il soit pour un employé du Groupe ou qu'il bénéficie à un tiers ou à une société extérieure au Groupe. On distingue plusieurs catégories de fraudes:**

- Les détournements d'actifs : biens et monétaires ;
- Les corruptions qu'elles soient actives ou passives ;
- Les falsifications d'états financiers.

La fraude peut être commise par un employé travaillant pour le Groupe. Elle peut être également réalisée par une personne ou une organisation extérieure au Groupe.

## **Principes d'action**

La promotion d'une culture d'intégrité à tous les niveaux du Groupe (messages managériaux clairs sur les comportements attendus et tolérance zéro) et la mise en place de procédures efficaces de contrôle des risques limitent les risques de fraudes.

Michelin a mis en place un dispositif de contrôle interne pour l'ensemble des sociétés du Groupe.

Ce dispositif repose sur des moyens, comportements, procédures et plans d'actions adaptés aux caractéristiques propres de chaque société qui vise à :

- Contribuer à la maîtrise des activités, à l'efficacité des opérations et à l'utilisation efficiente des ressources
- Prendre en compte de manière appropriée les risques significatifs, qu'ils soient opérationnels, financiers ou de conformité.

Ce dispositif vise plus particulièrement à assurer :

- La conformité aux lois et règlements ;
- L'application des instructions et des orientations fixées par les Directions Corporate ou le management du Groupe ;
- Le bon fonctionnement des processus internes du Groupe, notamment ceux concourant à la sauvegarde de ses actifs ;
- La fiabilité des informations financières.

**Le manager est un acteur clé dans ce dispositif :**

- Il développe une culture d'intégrité dans son équipe ;
- Il communique les principes fondamentaux du Groupe ;
- Il reste vigilant sur les risques de fraude pouvant survenir dans son Entité ;
- Il sanctionne l'employé fraudeur dont la fraude est avérée.

## **Je dois**

**Pour prévenir la fraude**

- Connaître et respecter les règles de contrôle interne définies dans mon Entité, en particulier celles relatives à la séparation des tâches.
- Définir et mettre en place des actions correctrices lorsqu'une faiblesse de contrôle a été détectée.
- Réserver les outils et moyens mis à disposition par le Groupe (carte bancaire ; ordinateur ; outillage) à un usage professionnel, à l'exception des cas spécifiquement autorisés par une politique de ma Région ou de mon pays.
- Signaler à mon/ma manager toute demande urgente de modification ou de communication de données sensibles.
- Alerter mon/ma manager sur les difficultés récurrentes à appliquer une procédure

### **En cas de suspicion de fraude**

- Alerter mon/ma manager ou contacter la [Ligne éthique Michelin](#).
- Impliquer systématiquement le responsable sécurité, seul autorisé à réaliser des investigations.

### **Lorsque la fraude est avérée**

- Identifier les éventuelles faiblesses du dispositif de contrôle et les corriger.
- Alerter ma hiérarchie sur le mécanisme de la fraude afin prévenir sa reproduction dans d'autres Entités.
- Sanctionner l'employé fraudeur en concertation avec le service du personnel.

## **Je ne dois pas**

### **Pour prévenir la fraude**

- Contourner une procédure parce que tout le monde le fait.
- Communiquer à des tiers mes mots de passe d'accès aux systèmes d'information.

### **En cas de suspicion de fraude**

- Chercher à réaliser une investigation par mes propres moyens.

## **Cas pratique 1**

*Un fournisseur vous demande de payer d'urgence une facture sur un nouveau compte bancaire dont les coordonnées sont jointes. Que devez-vous faire ?*

De nombreuses fraudes ont été commises par des personnes usurpant l'identité d'un fournisseur.

Vous en informez votre manager. Vous suivez le processus du Service achats pour obtenir confirmation de cette demande.

## **Cas pratique 2**

*Vous êtes l'unique destinataire d'un e-mail signé d'un dirigeant de Michelin vous demandant des informations sensibles. Devez-vous répondre ?*

Une demande inhabituelle, même interne, peut être le signe d'une tentative de fraude par usurpation d'identité. Vous la transférez au service Sécurité de votre entité pour vous assurer de la marche à suivre.

## **Cas pratique 3**

*Votre manager vous demande de différer la comptabilisation d'une dépense sur l'exercice comptable de l'année suivante (par exemple : la valeur d'un stock invendable ou inutilisable qui sera détruit). Que devez-vous faire ?*

Vous devez refuser de le faire et rappeler à votre manager les procédures et règles comptables du Groupe. Si votre manager insiste, contactez votre manager transverse. En cas de maintien de la situation, vous devez procéder à un signalement sur la [Ligne éthique](#).

## Lutte contre la corruption



« *Quels que soient les pays où nous intervenons, nous sommes résolument opposés à toute forme de corruption avec quelque instance que ce soit, publique ou privée. Nous sommes opposés à toute rémunération en faveur d'un tiers qui ne correspondrait pas à un service réel, pour un montant justifié et dûment enregistré dans nos comptes... »*

Charte Performance et Responsabilité Michelin (2002), Pratiquer nos valeurs, exercer nos responsabilités.

Le Groupe entend préserver et développer sa réputation d'honnêteté et d'intégrité. La corruption et le trafic d'influence détruisent toute confiance envers une organisation. Sans cette confiance, les valeurs fondamentales du Groupe ne peuvent être respectées.

### Champ d'application

En tant qu'entreprise dont la maison-mère est cotée à la Bourse de Paris (France), les activités du Groupe partout dans le monde sont soumises à la loi française en matière de corruption et de trafic d'influence, et notamment à l'exigence selon laquelle l'entreprise doit adopter certaines mesures pour lutter contre la corruption.

Ce Code est applicable aux activités de Michelin en France et dans l'ensemble de ses pays d'implantation. Le droit local en vigueur dans les pays d'activités peut être plus strict que ce Code. Si tel est le cas, les lois anti-corruption du pays prévaudront dans ce-même pays.

Il est de la responsabilité de l'employé, en collaboration avec la fonction juridique, de bien comprendre la portée de telles exceptions.

### Définitions

**La corruption publique** désigne le fait de proposer un don ou un avantage quelconque à un acteur du secteur public pour lui-même ou pour autrui directement ou indirectement afin qu'il accomplisse ou s'abstienne d'accomplir un acte entrant dans le cadre de sa fonction ou de son mandat. Cette pratique illégale est un acte de **corruption active**.

L'acceptation ou sollicitation par un acteur public d'une telle proposition ou offre est un acte de **corruption passive**.

**La corruption privée** désigne le fait de proposer un don ou un avantage quelconque à un acteur du secteur privé pour lui-même ou pour autrui directement ou indirectement afin qu'il accomplisse ou s'abstienne d'accomplir un acte entrant dans le cadre de sa fonction. Cette pratique illégale est un acte de **corruption active**.

L'acceptation ou sollicitation par un agent privé d'une telle proposition ou offre est un acte de **corruption passive**.

**Le trafic d'influence actif** désigne le fait de proposer, directement ou indirectement, à une personne publique ou privée dotée d'une influence (réelle ou supposée) un don ou un avantage quelconque en contrepartie de l'abus par cette dernière de son influence pour obtenir d'une autorité ou d'une administration publique une décision favorable (distinctions, emplois, marchés).

L'acceptation ou sollicitation par une personne publique ou privée d'une telle proposition est un acte de **trafic d'influence passif**.

### **Principes d'action**

Le Groupe applique la tolérance zéro à l'égard de la corruption et du trafic d'influence, peu importe le type de corruption ou de trafic d'influence commis, tel que : public ou privé, actif ou passif, direct ou indirect. Tout acte ou tentative d'acte de corruption ou de trafic d'influence pourrait exposer (a) l'employé à des sanctions disciplinaires, (b) l'employé et le Groupe à des amendes et/ou des poursuites judiciaires - *y compris des poursuites pénales* - et pourrait nuire à la réputation et à l'intégrité du Groupe.

Michelin s'oppose à tout versement de pots-de-vin (argent ou cadeau versé illégalement) ou autre paiement illicite, directement ou indirectement par un intermédiaire, à des fonctionnaires, des membres de gouvernement ou tout autre acteur public, ainsi qu'à tout particulier ou toute entité de droit privé, quelle qu'elle soit.

Un employé ne sera pas sanctionné suite aux conséquences d'un refus de versement de pot-de-vin par Michelin.

### **Tiers agissants au nom de Michelin**

Chacun doit faire preuve de prudence s'il fait appel à des tiers qui représentent ou agissent pour le compte d'une Entité du Groupe, tels que : des mandataires, des intermédiaires, des consultants externes, ou un client agissant comme tel.

Les contrats conclus avec des tiers agissant au nom de - ou pour le compte de Michelin, ou des personnes en contact avec des organismes administratifs ou gouvernement au nom de Michelin, doivent être écrits et contenir des clauses anticorruption. La durée de ces contrats doit être limitée pour que le risque de corruption posé puisse être réévalué et que le contrat puisse être soumis à un appel d'offres.

La rémunération à l'égard de leurs services doit :

- Corresponde à des montants raisonnables, proportionnés à la tâche assignée, identifiables, et comparables aux standards du marché.
- Être correctement comptabilisée, versée en contrepartie de services réels rendus, et conformes aux pratiques de Michelin en matière de dépenses autorisées, et à ses règles comptables.

Chacun doit se renseigner auprès de la fonction juridique sur les rémunérations admissibles en conformité avec les pratiques anticorruption du Groupe et le droit applicable.

### **Je dois**

- Rejeter toute demande ou toute offre de pot-de-vin ou de paiement illicite. La signaler immédiatement à la fonction juridique et à la [Ligne éthique](#).
- Me conformer à la politique de cadeaux et invitations applicable.

- Suivre la formation anticorruption obligatoire.

## **Je ne dois pas**

### **Personnellement ou par le biais d'un tiers**

- Donner ou recevoir, ni proposer ou solliciter, des pots-de-vin ou des paiements illicites, ni même céder à une telle demande ou sollicitation.
- Offrir un cadeau ou un avantage à un acteur qu'il soit public ou privé, pour son propre compte, en vue
  - d'influencer une décision administrative ou professionnelle ;
  - d'obtenir ou de conserver des marchés, des partenariats commerciaux ;
  - d'obtenir tout avantage pour le Groupe.
- Proposer ou céder à une demande pour des offres, des promesses, des dons, des présents ou des avantages quelconques à une personne afin que ce dernier abuse de son influence réelle ou supposée envers un agent public.

### **Cas pratique 1**

*Vous êtes un représentant des ventes. Un client vous contacte pour négocier le remboursement d'un produit sous garantie (remboursement issu de réclamations en garantie non résolues). Il vous informe qu'il est prêt à partager avec vous les bénéfices de ce remboursement « comme d'habitude selon la pratique de votre prédécesseur ». Cette pratique est-elle autorisée ?*

**Non.** Tout d'abord, vous devez refuser l'offre de manière courtoise. Par la suite, vous devez soit contacter la fonction juridique, soit signaler la situation par le biais de la [Ligne éthique](#). Ainsi, une enquête sur l'évènement actuel et les événements antérieurs sera assurée.

### **Cas pratique 2**

*Lors d'une réunion avec le représentant d'une autorité publique cliente dans un pays reconnu pour ses risques de corruption, le représentant de votre cliente vous réclame une gratification afin « d'assurer que le contrat de vente soit renouvelé ». Vous répondez que vous n'êtes pas autorisé à donner suite à cette demande de gratification. Votre interlocuteur se met en colère et vous menace. Faut-il obtempérer à la demande ?*

**Non.** Dans un premier temps, vous essayez de désamorcer la situation afin d'assurer votre sécurité. Vous ne vous mettez pas en danger. Puis vous signalez la situation à votre supérieur hiérarchique ou à la fonction juridique. Vous signalez le fait sur la [Ligne éthique](#).

Pour toute réunion organisée avec des autorités locales, il est recommandé d'avoir toujours deux représentants du Groupe.

### **Cas pratique 3**

*Vous êtes un acheteur qui s'occupe d'un appel d'offres. Un fournisseur potentiel vous offre ses services pour votre propre compte en échange de l'attribution du marché. Pouvez-vous accepter ?*

**Non.** Vous refusez l'offre de manière courtoise. Vous informez immédiatement la fonction juridique. Vous signalez le fait sur la [Ligne éthique](#).

### **Cas pratique 4**

*Vous êtes un représentant des ventes. Un ancien officiel du gouvernement du pays vous contacte et vous offre ses services « pour assurer que Michelin gagnera » un appel d'offres qui vient d'être annoncé par le pays. Il s'agit d'un contrat important qui représenterait une vraie victoire pour le Groupe et assurerait l'atteinte vos objectifs de croissance dans ce secteur. Que devez-vous faire ?*

Vous devez refuser toute réunion avec l'ancien officiel et contacter immédiatement votre manager et la fonction juridique. Le fait que l'ancien officiel prétende garantir que Michelin soit sélectionnée pour le contrat est un « **red flag** » (facteur aggravant du risque) qui pourrait signifier que l'officiel abusera de son influence auprès de ses anciens collègues. Vous signalez le fait d'une éventuelle sollicitation de trafic d'influence sur la [Ligne éthique](#).

## **Protection de la Vie Privée et des Données personnelles**



Michelin est convaincu que la protection des données personnelles constitue un vecteur de confiance dans ses relations avec les parties prenantes. Le Groupe s'engage à ne collecter et ne traiter que les seules données nécessaires à ses activités.

### **Définition et contexte**

Une donnée personnelle est une information qui permet d'identifier directement ou indirectement une personne physique.

Cela inclut donc, par exemple :

- pour l'**identification directe** d'une personne : une photo ou des informations de l'état civil de la personne (nom, prénom...) ;
- pour l'**identification indirecte** : un numéro unique d'identification (plaque d'immatriculation, identifiant Michelin, numéro de téléphone portable) ou une combinaison d'informations (sexe, âge, profession, ville de résidence, etc.).

Ces données personnelles doivent être protégées.

Le nombre de réglementations visant à protéger la vie privée et les données personnelles a très fortement augmenté dans le monde ces dernières années. Dans de nombreux pays, **ne pas respecter ces réglementations est désormais passible de sanctions financières très significatives (et souvent relayées dans la presse), voire de sanctions pénales.**

### **Principes d'action**

Les données personnelles des employés, clients, fournisseurs, actionnaires, partenaires ou sous-traitants doivent être traitées conformément aux lois et réglementations ainsi qu'aux directives du Groupe applicables en matière de protection des données personnelles.

## **Le Groupe s'engage à ne collecter et traiter que les seules données nécessaires à ses activités.**

Aucune donnée personnelle ne doit être communiquée à des tiers, sauf si cela est nécessaire et autorisé par la loi.

Michelin est par ailleurs convaincu que la protection des données constitue un atout compétitif majeur et un vecteur de confiance dans les relations avec l'ensemble de ses parties prenantes.

## **La protection des données personnelles ne peut être assurée qu'avec l'aide de chacun.**

### **Je dois**

- Collecter et manipuler uniquement les données personnelles nécessaires à l'objectif poursuivi. M'assurer que cet objectif est légitime et clairement défini.
- M'assurer que la collecte et l'usage des données personnelles est conforme à l'information transmise aux personnes concernées ; si cela est requis, je m'assure d'obtenir le consentement de la personne pour la collecte et l'usage de ses données.
- Renseigner uniquement dans les champs de commentaires libres des commentaires pertinents, adéquats et non excessifs ; me demander si je ne serais pas gêné(e) communiquer ce commentaire à la personne visée.
- Détruire ou corriger les données inexactes ou incomplètes, et respecter les droits des personnes sur leurs données.
- Transmettre les données personnelles aux seuls destinataires habilités en interne et qui ont un besoin légitime d'en avoir connaissance.
- Transmettre les données personnelles en externe seulement en cas d'obligation légale ou à des sociétés qui ont contracté un accord avec le Groupe.
- Avoir lu, et respecter l'ensemble des engagements applicables au sein du Groupe en cas d'accès autorisé à des données en provenance d'autres pays ou de transferts internationaux, ces documents étant accessibles sur l'intranet (par exemple, les règles contraignantes d'entreprise "BCR").
- Assurer la sécurité et la confidentialité des données personnelles - par exemple, en se conformant aux règles de sécurité du Groupe lors de leur transmission (à savoir : en cryptant le fichier de données).
- Informer le CERT Michelin (*Computer Emergency Response Team - équipe en charge de gérer les incidents de sécurité informatique*) conformément à la procédure applicable en cas de violation de données (perte de données, accès non autorisé, publication non autorisée, etc.).
- Me former régulièrement si les fonctions occupées nécessitent de manipuler des données personnelles. Connaître le cadre applicable à mon activité.

### **Je ne dois pas**

- Collecter des données personnelles à l'insu de la personne concernée.
- Collecter des informations dites « sensibles » (état de santé, préférence sexuelle, opinions politiques, convictions religieuses, origine raciale ou ethnique) sans l'accord de la personne ou seulement si la loi l'impose.
- Donner accès à des données personnelles à une personne située dans un autre pays, sans avoir consulté la fonction juridique.

- Conserver des données personnelles plus longtemps que nécessaire au regard de l'objectif poursuivi.

### Cas pratique 1

*Vous faites partie d'une équipe de commerciaux et vous aimeriez créer des relations de proximité avec vos clients. Vous souhaiteriez saisir quelques détails relatifs à leur vie privée dans l'outil de gestion de la relation client du Groupe. Votre remplaçant pourrait ainsi avoir accès à ces informations en votre absence. Cette pratique est-elle autorisée ?*

**Non.** Vous ne pouvez collecter que les informations factuelles en lien avec la sphère professionnelle. En outre, la collecte de certaines informations sensibles (état de santé, religion...) est strictement interdite. Rappelez-vous que votre client peut demander un accès à ses données personnelles.

### Cas pratique 2

*Un collègue a eu un accident du travail. Vous souhaitez faire un retour d'expérience à l'ensemble des sites industriels. Vous transmettez les informations suivantes: Ronan A., Moniteur, Site de Vannes, ainsi que les détails de ses blessures et le contexte de son accident. Vous ne mentionnez que le prénom de votre collègue, êtes-vous conforme à la réglementation ?*

Vous devez vous poser les questions suivantes :

1. **Poursuivez-vous un objectif légitime ?**

**Oui.** Il s'agit d'améliorer la sécurité des employés par ce retour d'expérience.

2. **Est-il indispensable de transmettre toutes ces informations ?**

**Non.** Le site, le poste, le prénom ne sont pas utiles pour reporter sur cet accident.

D'autre part, pour « anonymiser » les données personnelles, il faut toujours se demander : est-ce que je peux identifier cette personne, à partir des informations communiquées ? Or, en communiquant le site, le poste et le prénom, vous donneriez assez d'éléments pour permettre d'identifier la personne.

## Relations Fournisseurs



Michelin accorde une grande importance aux relations avec ses fournisseurs.

Afin de connaître l'ensemble des préconisations, cas pratiques et comportements attendus, nous vous invitons à prendre connaissance du [Code de conduite relations fournisseurs](#) et à suivre le [e-learning](#) associé.

## Respect des lois et règlements



« Veiller au respect permanent des réglementations et des cultures des pays dans lesquels nous opérons... Partout où nous sommes implantés, nous sommes déterminés à nous comporter en entreprise responsable, honnête, respectueuse de la personne humaine et des lois. »

Charte Performance et Responsabilité Michelin (2002), Pratiquer nos valeurs, exercer nos responsabilités.

Michelin s'engage à respecter pleinement les lois et règlements applicables dans toutes ses activités. Il appartient à chaque employé de respecter la lettre et l'esprit de ces lois.

## **Contexte**

Partout dans le monde, les lois et la réglementation sont édictées par des autorités gouvernementales à différents niveaux : pays, ville, canton, province. Certaines lois et réglementations ont aussi une portée extraterritoriale.

Pour certaines thématiques traitées, le droit local peut être plus strict que ce Code. Si tel est le cas, les lois locales applicables prévaudront. En revanche, au cas où ce Code est plus strict que le droit local, ce Code prévaudra.

## **Principes d'action**

Le Groupe n'attend pas de ses employés qu'ils soient experts en droit. Il relève néanmoins de la responsabilité personnelle de chacun de se renseigner sur les lois et les règlements applicables à ses missions et de les respecter. La fonction juridique aidera tous les employés à agir conformément aux principes réglementaires.

Les employés doivent également savoir quand il est nécessaire de solliciter l'avis de la fonction juridique.

## **Je dois**

- Me renseigner sur le droit applicable à mes activités professionnelles en consultant si nécessaire la fonction juridique.
- Me conformer à la loi et aux réglementations en vigueur.
- Au cas où ce Code est plus strict que le droit applicable, me conformer à ce Code.

## **Je ne dois pas**

- Agir sans consulter la fonction juridique en cas de doute, ou en présence d'une situation inconnue.

## **Cas pratique 1**

*Vous souhaiteriez offrir des cadeaux aux fonctionnaires que vous rencontrez fréquemment dans le cadre de votre travail. Cette coutume, à l'occasion d'un jour férié important, est complètement légitime dans ce pays. Quelle est la procédure à suivre ?*

Vous devez consulter la politique cadeaux et invitations applicable et contacter la fonction juridique. Vous devez aussi vous assurer que cette pratique est conforme à la politique locale, à ce Code et à la loi française anticorruption, qui s'applique aux activités du Groupe partout dans le monde.

## Cas pratique 2

*Vous venez d'accepter un poste dans un nouveau métier. En raison d'une charge de travail importante, vous n'avez pas le temps de suivre la formation juridique obligatoire pour ce poste. Est-ce conforme aux principes du Groupe ?*

**Non.** Vous devez trouver le temps de suivre la formation.

## Ma communication avec l'extérieur



Une communication sincère, la volonté d'un dialogue toujours constructif, le sens de l'écoute et une attention systématique aux besoins des personnes sont autant d'exigences qui fondent la confiance faite au groupe Michelin.

Le **respect des faits** est la clef de voûte des quatre autres valeurs fondamentales de respect du Groupe (respect des clients, des employés, des actionnaires, et de l'environnement).

## Réseaux sociaux



Dans le cadre de leurs activités sur les réseaux sociaux, les employés doivent veiller à ce qu'il n'y ait pas de confusion entre leurs opinions ou intérêts personnels et la position du Groupe.

Il est important de se montrer respectueux de ses collègues, partenaires, clients et concurrents dans son utilisation des réseaux sociaux.

La maîtrise de la communication des médias sociaux est, dans ce contexte, un enjeu clé pour Michelin.

### Contexte

Les réseaux sociaux (Facebook, LinkedIn, blogs forums, etc.) donnent aux employés l'opportunité de s'exprimer, de s'informer et de partager des informations avec les collègues, clients ou partenaires.

Dans ce contexte, chacun doit agir de manière responsable pour préserver l'image et la réputation du Groupe.

### Principes d'action

L'équipe « médias sociaux » au sein de la Digital & Social Room / DCEM supervise l'usage des réseaux sociaux pour le compte du groupe Michelin.

**Un tableau « Bonnes pratiques et directives pour les employés » est disponible pour les guider dans l'utilisation des réseaux sociaux à des fins privées.**

Pour toute prise de parole, **chacun doit s'engager à protéger la réputation du Groupe, l'image de marque, et à ne pas divulguer des informations confidentielles.**

Pour rappel : les seules personnes autorisées à prendre la parole au nom de Michelin sur les réseaux sociaux ont été validées en amont par le Département Communication & Marques de chaque Entité. Merci de contacter le Social media Manager de votre région/pays ou la « *Social room* » DCEM pour toutes questions.

### **Je dois**

- Configurer avec mon adresse e-mail **personnelle** tout compte dédié à un usage personnel.
- Mentionner que les commentaires rédigés et publiés à titre personnel et/ou n'engagent que moi dans ma biographie/mon profil.
- Préciser être un employé Michelin pour tout commentaire lié à Michelin ou à son activité, même si ce commentaire est fait à titre personnel.
- Signaler tout faux compte à la Digital & Social Room / DCEM. Le Groupe est parfois victime d'usurpation d'identité.

### **Je ne dois pas**

- Inclure le logo du Groupe dans mon identité visuelle, pour éviter toute confusion.
- Inclure le nom du groupe Michelin dans mon nom d'utilisateur.
- Faire référence aux partenaires, aux clients ou aux fournisseurs sans leur accord préalable.
- Révéler des informations confidentielles qui ne m'appartiennent pas.

### **Cas pratique 1**

*Vous travaillez sur un nouveau projet de réseau de distribution confidentiel. Un collègue vous propose de créer un groupe sur LinkedIn pour échanger et partager des documents. Est-ce possible ?*

**Non.** Vous refusez car les documents internes au Groupe n'ont pas vocation à être échangés sur les réseaux sociaux. Vous proposez d'échanger via l'outil interne du Groupe pour faciliter le travail collaboratif.

### **Cas pratique 2**

*Vous avez pris des photos lors du pot de départ d'un de vos collègues. Vous souhaitez les publier sur votre page Facebook, est-ce autorisé ?*

**Non.** Vous devez demander l'autorisation des personnes concernées pour respecter le droit à l'image. Pour toute publication, vous devez vous interroger sur le risque potentiel de nuire à votre réputation ainsi qu'à celle d'autres personnes physiques ou morales.

## **Organisations de la Société Civile (OSC)**



Partout où il est présent, le Groupe agit en harmonie avec la société qui l'entoure. Le dialogue avec les parties prenantes, dont les OSC, est une source de richesse, de créativité et de cohésion.

## Contexte

Les organisations de la société civile (OSC) sont **les structures formelles** (ex. : ONG) **ou informelles** (ex. : experts, leaders d'opinion) **qui expriment les attentes de la société dans les domaines sociaux ou environnementaux**. Elles agissent dans un but d'intérêt général.

Leur capacité d'influence ne cesse de croître. Elles jouissent d'un vrai crédit de légitimité auprès de l'opinion publique.

## Fonctions et Principes

Le Groupe a créé au sein du département des Affaires publiques (AP) un poste de responsable du dialogue avec les OSC au niveau mondial.

Ce dernier s'appuie sur le réseau des responsables AP régionaux ou nationaux.

Ensemble, ils établissent une cartographie des sujets à risque (les sujets qui font débat dans la société) et identifient les « bons » interlocuteurs dans la société civile afin d'engager un dialogue constructif.

**Un « bon interlocuteur » n'est pas forcément un allié ; ce peut être un adversaire qui, par le débat, aide le Groupe à se forger une conviction avant d'agir.**

## Je dois

- Être à l'écoute des attentes de la société civile, quel que soit mon poste, car cela me concerne et concerne l'entreprise.
- Partager avec le responsable du dialogue avec les OSC les informations dont je dispose, afin de favoriser un dialogue dans la durée avec chaque OSC.

## Je ne dois pas

- Laisser une interpellation sans réponse ; je dois transmettre les messages reçus (par oral, par écrit) au responsable afin qu'il puisse en tenir compte.

## Cas pratique

Vous êtes interpellé par une ONG locale qui défend la cause animale. Elle vous interroge sur les règles d'achats du Groupe pour la fourniture de gants en cuir naturel pour vos employés, que faites-vous ?

En tant qu'acheteur d'équipements de protection individuelle, le Groupe est notamment attentif à sa chaîne d'approvisionnement, notamment à la filière cuir. Les fournisseurs impliqués dans le processus de fabrication de ce type de produits doivent s'engager sur la bienveillance animale et les règles environnementales édictées par le Groupe.

Vous démarrez le dialogue avec cette ONG afin de comprendre ses arguments. Vous examinez le processus interne et proposez des leviers d'amélioration que vous partagez avec l'ONG. Vous lui rappelez l'engagement du Groupe à éliminer d'éventuelles causes directes ou indirectes de souffrance animale et à privilégier si possible l'utilisation de gants en cuir synthétique.

## Communautés locales



En tant que groupe industriel, Michelin a une empreinte territoriale forte dans de nombreux pays.

Le groupe Michelin souhaite exercer ses activités en harmonie avec les communautés locales partout où il est implanté, et cherche à ce que sa présence leur soit la plus bénéfique pour tous.

### Contexte

L'impact de nos activités concerne, d'une part, les grands projets d'implantation (construction d'une nouvelle usine, fermeture d'un site, achat de plantations d'hévéas) et, d'autre part, les sites en activité.

Dans le respect des standards internationaux relatifs aux droits humains, **Michelin s'attache à ce que ses activités ne nuisent pas à la santé ou à la sécurité des communautés locales, ne les privent pas de leur accès aux ressources naturelles (eau, ressources alimentaires, terre, habitat), et ne perturbent pas leurs cultures ou leurs activités économiques.** C'est aussi faire en sorte que notre implantation puisse **générer des effets positifs sur leur développement.**

### Valeurs et Principes d'action

Le groupe Michelin souhaite exercer ses activités en harmonie avec les communautés locales partout où il est implanté, et cherche à ce que sa présence leur soit la plus bénéfique pour tous. À cette fin, il prend les engagements suivants :

- **Identifier les intérêts et les besoins** des populations environnantes très en amont d'un projet de construction, d'aménagement de sites ou d'acquisition de terrains. Ce travail de consultation des parties prenantes concernées ou impactées par le projet intègre les groupes potentiellement les plus vulnérables.
- **Rechercher les opportunités et actions favorables et bénéfiques** pour les parties prenantes locales (emploi, projets communs) ; prévenir les risques d'occurrences négatives ; ajuster nos projets pour qu'ils leur bénéficient le mieux possible et ne nuisent pas à leur santé, à leur sécurité, à leur accès aux ressources naturelles ou à leur patrimoine culturel pendant la phase de construction ou lorsque le site est en activité.
- **Entretenir une communication directe, régulière, transparente et de qualité** avec les communautés locales et l'ensemble des parties prenantes présentes à proximité des sites en activité.
- **Mettre en place un mécanisme de traitement des plaintes.** En cas de dommage porté à l'environnement ou aux populations locales, traiter chaque plainte et proposer des plans de réparation et de dédommagement adaptés. Faire connaître ce dispositif aux communautés locales.

**À l'attention des directeurs de site, directeurs projets de construction de nouveau site ou de fermeture de sites, et des responsables de fusions/acquisitions :**

### Je dois

#### En toutes circonstances

- Identifier les risques et opportunités pour les populations locales liés à la construction d'un nouveau site, à l'activité d'un site en marche courante ou à la fermeture d'un site.

- M'informer de l'existence d'une éventuelle réglementation locale s'appliquant à des segments de populations spécifiques (populations défavorisées notamment) et m'assurer de la protection du patrimoine culturel des populations locales.
- Mettre en place des plans d'actions basés sur les résultats de l'étape précédente afin de supprimer ou à défaut atténuer les conséquences négatives éventuelles et pour développer des opportunités positives pour les populations locales.
- Mettre en place un mécanisme de traitement des plaintes formalisé et facile d'accès, de façon que toute plainte éventuelle émanant des communautés locales soit effectivement traitée, et faire connaître ce mécanisme.

***Pour les sites en marche courante :***

- Instaurer un dialogue régulier et constructif avec les riverains à proximité des sites.
- Encourager les partenariats avec des parties prenantes locales (associations, établissements scolaires, centres de recherche, entreprises...) qui peuvent générer des impacts positifs sur le bien-être et le développement des populations environnantes.
- Déployer un programme Implication dans la vie locale (IVL) sur chaque site de plus de 400 salariés.
- Me reporter aux prescriptions des référentiels EP (Environnement Prévention) pour l'utilisation des ressources naturelles. (Objectif : limiter la pollution, l'extraction de ressources rares ou toute atteinte à la santé et à la sécurité des communautés locales).

***Lors de la construction d'un site industriel :***

- Informer les parties prenantes locales des conséquences du projet d'implantation lors de rencontres directes. Prendre en compte leurs intérêts et leurs demandes afin de mener les travaux de manière satisfaisante pour elles. La démarche ne doit pas se limiter au dialogue avec les autorités locales. Elle peut être réalisée par un cabinet externe, en association avec Michelin.
- Accorder la priorité aux recrutements locaux lorsque cela est possible. Respecter le principe d'égalité des chances et de non-discrimination.
- Donner la priorité à la formation de populations locales, lorsque le métier le permet.

***Lors de la fermeture d'un site :***

- Prendre toutes les mesures nécessaires pour dépolluer le site.
- Favoriser le reclassement des employés.
- Soutenir l'emploi en lien avec les instances locales.

***Lors de l'achat et de la gestion de plantations :***

- Documenter les processus de constitution foncière de façon à s'assurer de l'historique de la propriété.
- Respecter le droit d'usage des populations et l'accès à la terre, afin qu'elles continuent à exploiter leurs cultures vivrières.
- Exploiter durablement les plantations de caoutchouc naturel. Se reporter à la politique caoutchouc naturel responsable qui énonce les engagements de Michelin en matière sociale (recrutement, formation, premiers soins), économique (respect de la sécurité alimentaire) et environnementale (conservation, biodiversité).

## **Je ne dois pas**

- Mener un nouveau projet d'implantation sans prendre en compte les intérêts et demandes des principales parties prenantes locales. Privilégier les consultations directes.
- Ne pas donner suite aux interrogations ou éventuelles plaintes formulées par des parties prenantes locales.
- Limiter le dialogue aux seuls pouvoirs publics.

## **Cas pratique 1**

*Vous êtes directeur de projet en charge de construire une nouvelle usine dans un pays. Un terrain a été identifié et le projet a été approuvé par la municipalité locale. Est-ce suffisant pour démarrer la construction ?*

**Non.** Avant de valider ce projet, vous devez élargir le dialogue avec d'autres parties prenantes. Vous demandez à votre équipe de contacter des associations, entreprises et écoles locales afin d'organiser des échanges ou des consultations.

Vous pouvez éventuellement missionner un cabinet externe pour vous aider dans cette démarche.

## **Cas pratique 2**

*Responsable d'une équipe du Service du personnel d'un pays, vous envisagez de recruter localement. Cependant, la plupart des candidats ne sont pas formés aux métiers du Groupe. Que faites-vous ?*

Avant d'envisager un recrutement dans des bassins d'emplois plus éloignés, vous étudiez la possibilité de former les populations locales, en partenariat avec des organismes de formation.

## **Sincérité des rapports financiers**



Le Groupe a besoin d'une information financière sincère et fiable afin d'assurer la qualité de son pilotage et la confiance de ses actionnaires, de ses partenaires et de ses fournisseurs.

### **Valeurs**

*« L'entreprise est favorable à une communication ouverte, régulière, précise et honnête avec ses actionnaires et avec les représentants de la communauté financière... Respecter les faits, c'est garder une exigence d'objectivité et d'honnêteté intellectuelle, au-delà des opinions et des préjugés. C'est oser reconnaître qu'un problème existe et admettre la réalité de son impact, même quand la solution ne semble pas à portée de main. »*

Charte Performance et Responsabilité Michelin (2002), Pratiquer nos valeurs, exercer nos responsabilités

### **Principes d'Action**

Les opérations et transactions effectuées par le Groupe sont enregistrées de manière sincère et fidèle dans les comptes de chaque Entité conformément aux réglementations en vigueur et aux procédures internes.

Respecter les faits, c'est garder une exigence d'objectivité et d'honnêteté intellectuelle, au-delà des opinions et des préjugés.

Toute démarche visant à falsifier des rapports financiers est considérée comme une faute et sera dûment sanctionnée.

### **Je dois**

- Rapporter rapidement, complètement et honnêtement toute information pouvant avoir un effet sur l'information financière.
- Justifier toutes les écritures par des éléments de preuves. M'assurer de la fiabilité des informations financières et comptables.
- Respecter les règles de contrôle interne.
- Prévenir en cas d'observation d'un manquement possible au principe de sincérité des rapports financiers.

### **Je ne dois pas**

- Signer ou approuver des documents inexacts ou ne reflétant pas la réalité.
- Négliger de rectifier la comptabilité ou de faire un signalement si j'ai connaissance d'actifs ou de dettes non comptabilisés au bilan du Groupe.

### **Cas pratique 1**

*Vous êtes responsable budgétaire. Vous constatez en fin d'année que vous risquez de dépasser l'enveloppe sur laquelle vous vous êtes engagé. Que faites-vous ?*

Vous n'essayez pas de convenir d'une facturation décalée sur l'année suivante avec vos fournisseurs dans le but de tenir votre engagement. Les enregistrements comptables sont liés à la réception du bien ou du service, plutôt qu'à celui de la facture.

### **Cas pratique 2**

*Vous vérifiez des rapports de ventes préparés par votre supérieur hiérarchique et y décelez des erreurs. Vous hésitez à lui en parler, est-ce la bonne attitude ?*

**Non.** Vous ne devez pas craindre de l'en informer. Au contraire, vous servez les intérêts du Groupe en empêchant une remontée d'informations inexactes.

## **Mon rapport à l'environnement**



Le **respect de l'environnement** est l'une des cinq valeurs fondamentales de Michelin, exprimée dès 2002 dans la « Charte Performance et Responsabilité Michelin » et réitérée en 2012 dans la publication « Performance et Responsabilité Michelin : Une meilleure façon d'avancer ».

Considérant le caractère particulier de l'urgence environnementale, Michelin a choisi d'ajouter à ce Code un **volet environnemental**. **Les préconisations qu'il contient ont une vocation informative et incitative** : elles visent à aider chaque employé à améliorer son empreinte environnementale dans le cadre de ses activités professionnelles ; à ce jour, elles ne constituent pas de règles obligatoires (sauf s'il s'agit d'infractions aux dispositions d'une loi environnementales).

## Contexte

La lutte contre le changement climatique, l'engagement pour les énergies renouvelables, la préservation des ressources et la biodiversité sont déterminants pour protéger l'avenir de la planète.

Michelin évalue et prend en compte depuis plusieurs années les impacts environnementaux de ses activités tout au long du cycle de vie de ses produits, depuis l'extraction et la transformation des ressources, en passant par la phase d'usage, jusqu'au traitement en fin de vie.

## Principes d'action

Le Groupe vise désormais Zéro Émission Nette de CO2 pour ses sites industriels, dans leur ensemble (scopes 1 et 2), à l'horizon 2050 - *en cohérence avec le scénario climatique qui limite le réchauffement planétaire à 1,5°C*.

Chaque employé contribue à cet engagement en adoptant des gestes éco-responsables sur son lieu de travail : depuis son poste, sur les sites et dans ses déplacements professionnels.

## À mon poste



### Préconisations

#### Impressions

- Je privilégie le numérique. Je n'imprime que les documents finalisés et qui sont régulièrement consultés.
- J'adapte les documents à la lecture sur écran afin d'éviter les impressions inutiles. Pour les présentations PowerPoint, par exemple, j'imprime deux slides par page.
- Je limite les impressions, et j'imprime en recto-verso, et en noir et blanc.
- Je favorise les polices d'impression peu épaisses et économes en encre.
- Dans la mesure du possible, j'utilise du papier recyclé et je m'assure du recyclage du papier.
- Si possible, j'utilise des cartouches d'encre rechargeables et je m'assure de leur recyclage.

#### Le saviez-vous ?

*Un salarié travaillant dans un bureau consomme en moyenne 70 à 85 kg de papier par mois.*

*Il est impératif de veiller à en diminuer la consommation et de privilégier le recyclage.*

## Utilisation des appareils



### SMARTPHONE

- Je mets mon smartphone en mode « économie d'énergie ».
- Je coupe les fonctions GPS, wifi et Bluetooth lorsqu'elles ne me sont pas utiles.
- Au travail ou à la maison, j'utilise le wifi plutôt que la 4G.
- Je privilégie le fond sombre (« *dark mode* »), moins énergivore.

### ORDINATEUR (consommation et stockage de données)

- J'utilise de préférence un ordinateur portable plutôt qu'un ordinateur fixe.
- Je configure la mise en veille rapide des ordinateurs.
- Je vide régulièrement le cache, l'historique et les cookies du navigateur de l'ordinateur.
- Je vide mon historique de mails à échéances régulières.
- J'allège le poids de mes présentations « PowerPoint » en utilisant :
  - des *templates* / masques légers ;
  - la fonction « compression d'images » ;
  - une version « .PDF » en cas d'envoi par e-mail.
- Je trie et supprime à échéances régulières :
  - les mails inutiles dans tous mes dossiers
  - les documents du dossier « téléchargements » de mon système d'exploitation
  - les fichiers One Drive dont je suis propriétaire, chaque année ou dès qu'ils deviennent inutiles (et à chaque changement de poste)
- J'éteins les ordinateurs et les imprimantes pendant la pause déjeuner et le soir.

### AUTRES APPAREILS

- D'une manière générale, je prends soin de mon matériel pour optimiser sa durée de vie.
- Je rends mon téléphone fixe si je n'en ai plus l'usage.
- Je coupe l'éclairage lorsqu'il n'est pas nécessaire.
- J'utilise des ampoules basse consommation.
- Je baisse les volets / stores en cas de forte chaleur aux heures d'ensoleillement.

#### Le saviez-vous ?

*Les équipements informatiques sont responsables de 21 % de la consommation d'électricité des bureaux.*

*Il est essentiel d'optimiser leur consommation d'énergie afin de réduire l'empreinte carbone globale de l'activité.*

## E-mails (envois)



- Je limite l'envoi aux destinataires indispensables. J'évite l'usage systématique de la fonction « répondre à tous » afin de diminuer les mails inutiles.
- J'éviter d'utiliser les photos ou logos en pied de page et signature de mail, ou je privilégie les images basse définition.
- Je privilégie le partage d'un lien plutôt que l'envoi de pièces jointes.
- Je réduis la taille des pièces jointes (convertir ses documents au format PDF, compresser les fichiers).
- Je me désinscris des listes de diffusions peu consultées.
- Je gère les notifications des applications internes (Teams - Yammer) pour ne pas systématiquement recevoir un mail de notification.
- Je privilégie les outils collaboratifs, souvent plus efficaces et plus économes que les mails (nombreux destinataires, présence de pièces jointes). J'utilise l'outil adéquat pour chaque usage.

### Le saviez-vous ?



*L'impact environnemental d'un mail varie en fonction du nombre de destinataires, du volume des pièces jointes et du temps de stockage sur un serveur.*

*Multiplier par 10 le nombre de destinataires d'un mail multiplie par 4 son empreinte écologique.*

## Recherches sur Internet



- J'enregistre les pages fréquemment visitées en favoris.
- Je tape l'adresse / l'URL d'un site Internet directement dans la barre de recherche, plutôt que de passer par un moteur de recherche.
- Je ferme au fur et à mesure les programmes / pages Internet / onglets qui ne me sont plus utiles.

### Le saviez-vous ?



*Une recherche sur internet d'une minute consomme 100 watts sur un ordinateur fixe et 20 watts sur un ordinateur portable.*

*Lorsqu'on saisit directement l'adresse URL d'un site Internet, on divise par 4 les émissions de gaz à effet de serre.*

## Aux abords de mon site



Avoir un comportement éthique, comme veiller au respect de l'environnement, n'est pas qu'une question de réputation : c'est avant tout un enjeu collectif mondial et urgent.

Le Groupe invite chacune et chacun de ses employés à pratiquer librement les valeurs et les comportements éthiques défendus par Michelin au-delà de leur cadre professionnel.

## Mes déplacements



### *Dans la mesure du possible, je préfère :*

- Les visio-conférences plutôt que les déplacements.
- Pour les trajets quotidiens : les circulations douces (transports en commun, vélo, marche) et le covoiturage plutôt que le véhicule individuel.
- Pour les longs trajets : le train et l'autopartage.

### *Le saviez-vous ?*



*Les trajets domicile-travail et les déplacements professionnels sont le premier poste d'émission de gaz à effet de serre des activités de bureau : 12 millions de tonnes par an.*

*Les 3/4 de ces déplacements s'effectuent en voiture.*

*source : ADEME, Éco-responsable au bureau (juin 2020)*

## Sur mon site



### *Préconisations*

#### *Déchets et économie circulaire*

##### *SELON LES ATTRIBUTIONS DE MON POSTE*

- Je privilégie les matériaux recyclables, réutilisables ou issus de filières durables pour l'achat et l'utilisation des équipements bureautiques, des consommables, des fournitures, le choix des emballages, etc.
- Je mets en place un tri sélectif visible et compréhensible par tous.
- J'utilise des produits d'entretien respectueux de l'environnement.
- Je veille à la présence de poubelles et cendriers en quantité suffisante ; je ne jette pas d'ordures / de mégots au sol.
- Je limite le recours aux emballages et je préfère des emballages durables (réutilisables, recyclables, ou issus de filières durables).
- Je favorise la deuxième vie des équipements (informatique, smartphones, bureaux, etc.) en les confiant à des associations ou entreprises pour qu'ils soient reconditionnés.

### *Le saviez-vous ?*



*Le recyclage des équipements électroniques permet la revalorisation des matériaux rares ou précieux.*

*Une tonne de cartes électroniques contient 50 à 100 fois plus d'or qu'une tonne de minerai.*

*Certains composants de ces appareils, tels que l'arsenic ou le chlore, sont nocifs à la santé et à l'environnement et nécessitent un traitement adapté.*

## **Chauffage et climatisation**

- Manager, je permets aux employés d'adapter leur tenue de travail aux températures.
- Je m'assure de la bonne fermeture des fenêtres lorsqu'il fait froid ; et de l'ombrage (volets / stores) aux heures d'ensoleillement en cas de forte chaleur.
- Je ne laisse pas de fenêtres ouvertes tandis qu'une climatisation est en marche.

### **Le saviez-vous ?**

*Parmi les consommations d'énergie au bureau, le chauffage représente en moyenne 50 %, et la climatisation peut représenter jusqu'à 20 %.*

*source : ADEME, Éco-responsable au bureau (juin 2020)*

## **Repas**

### **SELON LES ATTRIBUTIONS DE MON POSTE**

- Je privilégie les produits locaux et de saison (cantines, bureaux, distributeurs, etc.).
- Je favorise les fournitures issues de circuits courts.

### **Le saviez-vous ?**

*Chaque repas en restauration collective d'entreprise génère en moyenne 75 g de gaspillage alimentaire, contre 130 g pour la restauration collective en général.*

*source : ADEME, Éco-responsable au bureau (juin 2020)*